



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**CASO DE ESTUDIO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

**TEMA
PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE AGUACATES
ORGÁNICOS EN EL CANTÓN MILAGRO**

**AUTOR
LEYTON SALOMÓN CASTILLO ESPINOZA**

GUAYAQUIL

2023

CERTIFICADO DE SIMILITUD

PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE AGUACATES ORGÁNICOS EN EL CANTÓN MILAGRO

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	5 %	0 %	5 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.coursehero.com Fuente de Internet	2 %
2	Submitted to Corporación Universitaria Reformada Trabajo del estudiante	1 %
3	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1 %
4	es.wikipedia.org Fuente de Internet	<1 %
5	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
6	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	<1 %
7	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
8	Submitted to Universidad EAN Trabajo del estudiante	

		<1 %
9	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
11	cuhs0.uct.cl Fuente de Internet	<1 %
12	estefanyajairajimenezherrera.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to ipn Trabajo del estudiante	<1 %
14	todosloshechos.es Fuente de Internet	<1 %
15	www.aol.com.ar Fuente de Internet	<1 %
16	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
17	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
18	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
19	entrenos.eafit.edu.co Fuente de Internet	

<1 %

20 issuu.com
Fuente de Internet

<1 %

21 www.transparencia.df.gob.mx
Fuente de Internet

<1 %

22 www.worldcat.org
Fuente de Internet

<1 %

23 repositorio.unan.edu.ni
Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



Firmado electrónicamente por:
OSCAR PARADA
GUTIERREZ

Dr. Oscar Parada Gutiérrez
Docente 9no. Semestre

ÍNDICE GENERAL

1	INTRODUCCIÓN	1
2	CONTEXTUALIZACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO PLANTEADO	2
3	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	5
4	RESPUESTA A PREGUNTAS. PROPUESTA	7
5.	CONCLUSIONES	28
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29

1 Introducción

El mercado está en constante desarrollo, actualmente es más importante cuidar su salud, por lo que buscan utilizar más productos naturales o alimentos a nivel biológico. Para ello, se debe explorar la posibilidad de establecer una empresa comercializadora de aguacates orgánicas, con el objetivo de generar oportunidades de empleo para las personas del cantón Milagro.

Cabe señalar que los aguacates ecológicos son un producto que aporta nutrientes, ya que nunca tienen conservantes al consumirla, cambiando así los hábitos de consumo.

Por otra parte, los habitantes analizan el hábito por un mejor estilo de vida mediante una alimentación más saludable, sin embargo, los negocios ya establecidos en ese mercado no la están satisfaciendo ya que persiste la venta de cultivos tradicionales, debido a sus bajos costos en comparación de productos orgánicos.

El presente estudio ha sido apoyado por el establecimiento de un centro de comercialización de aguacate orgánico en el municipio de Milagro con el objetivo de generar empleos para los comerciantes informales de la ciudad.

Es necesario tomar conciencia de la necesidad de introducir en el mercado de Milagro del municipio nuevos productos que atiendan las nuevas necesidades de consumo promotoras de salud de los habitantes urbanos, al mismo tiempo que informen sobre los beneficios a largo plazo de su consumo.

2 Contextualización del caso de estudio planteado

Teoría Clásica del empleo

Debe existir el equilibrio necesariamente en el empleo de mano de obra, adjudicada por economistas neoclásicos antiguos a Keynes, por la ausencia de flexibilidad en los salarios nominales. Según lo mencionado por (Castro G., 2018) expone que “la solución a aquel problema según instituciones, se deberá a la resolución de salarios reales, que solo se producirá si se disminuyen los salarios nominales; según el autor la situación normal no es la del empleo, sino la existencia del nivel de actividad y un empleo fluctuante”. Por lo tanto, el empleo fluctúa porque la inversión también lo hace.

Dentro de la noción del desempleo involuntario introducida por el autor Keynes, no era la finalidad de atención por las escuelas clásicas, ya que no consideraba la existencia de un mercado de trabajo en base a que exista una oferta o demanda de trabajo, lo que no tiene sentido teórico. En lo mencionado por (Cortez, 2019) plantea que:

La teoría general del empleo se la considera la más destacada del economista británico Keynes, en la medida que creo la terminología de la moderna economía, publicándose en 1936, época que marcaba la gran depresión; la teoría representa los intentos del autor por cambiar la opinión general de los pensamientos en torno a la economía macroeconómica. (p.10)

Por lo tanto, Keynes manifiesta que el nivel de empleo en una economía moderna se establece por tres factores que son: la propensión marginal a consumirse, como el porcentaje en el incremento de una renta que las personas destinan para gastos de productos o servicios, la eficiencia marginal del capital que depende de los aumentos en las tasas de retorno y la tasa de interés, manifestando que es la clave para una economía debilitada por la baja demanda como la depresión, también en dificultades desencadenantes para conseguir una economía que crezca constantemente, el gobierno puede aumentar la demanda agregada.

Teoría del ciclo de empleo

Según la teoría del ciclo de empleado siendo el modelo que se usa en el área de recursos humanos para identificar y optimizar las distintas fases que atraviesa un colaborador durante su tiempo en una organización. En las palabras mencionadas por (León & Ordoñez, 2019) expone que “para realizar un seguimiento del ciclo de empleo es importante para las empresas, lo que ofrece a los colaboradores a una serie de fases determinados a lo largo de su carrera en la institución, también con la oportunidad de analizar el proceso para obtener datos que ayuden a mejorar decisiones y procesos”.

Las etapas del ciclo del empleo se identifican con facilidad y puedan aplicarse de manera universal, lo que ha facilitado en el desarrollo de estrategias efectivas, cada una de las fases posee su propia estrategia ante el compromiso de los colaboradores involucrados. Según lo mencionado por (Salazar & Zambrano, 2012) argumenta que:

La teoría del ciclo del empleo ha permitido que las empresas identifiquen cuáles son sus puntos que necesitan de ajustes para incrementar el compromiso de su recurso humano y la tasa de retención, dándole una ventaja competitiva al enfocarse en crear estrategias donde se fomente la participación de los colaboradores.

Por lo tanto, la etapa del ciclo de empleo está conformado por seis, el primero es la atracción que es elemental para el crecimiento de una organización, sin importar que el producto o servicio que oferten sea excelente, sino se atrae el talento adecuado, fracasaran en su inversión de tiempo. En la fase de reclutamiento suele ocurrir que un colaborador sea reclutado mucho antes de convertirse en un candidato, es común que solo una persona se encuentre investigado sobre las distintas empresas y sus valores, lo que es elemental que se use en todos los canales disponibles para transmitir un mensaje positivo y sus colaboradores lo reconozcan.

Teoría neoclásica del empleo

Dentro de la economía neoclásica, los resultados macroeconómicos son solo el producto de la agregación de comportamientos microeconómicos, en un mercado particular se asegura y permite el equilibrio permanente. En lo expuesto por (Cortez, 2019) menciona que “la clave de la teoría neoclásica está en los recursos productivos

disponibles que son el resultado de decisiones libres de los propietarios en factores de producción y esos recursos establecen el nivel de producción”. Por lo tanto, los propietarios terminan decidiendo si ofrecen y cuanto ofrecen, tanto de capital como de empleo.

En la teoría neoclásica se considera al mercado laboral como uno más, entre ellos el mercado de bienes, servicios o un mercado de dinero, por ello, los elementos importantes para un análisis del mercado laboral serán la oferta de trabajo, la demanda de trabajo y el precio. En lo manifestado por (León & Ordoñez, 2019) menciona que:

El trabajo considerado como un factor de producción, al igual como otros en la tierra y el capital, la demanda del trabajo estará constituida por las organizaciones que quieran usarlo para su producción y la oferta de trabajo la que forman quienes tienen trabajo y deseen venderlo a cambio de dinero con el adquirir bienes correctamente. (p.20)

Por lo tanto, la demanda de trabajadores como cualquier otra demanda es decreciente, cuando los precios sean salarios más colaboradores se demandarán, como oferta la demanda de trabajadores es creciente, cuanto más alto sean los salarios, más colaboradores se ofrecerán. La finalidad del análisis de la teoría neoclásica son las condiciones de equilibrio en el mercado laboral en el que coinciden la demanda y la oferta de trabajo, los niveles de empleo y salario de equilibrio vienen establecidos por la interrelación entre la oferta y la demanda de trabajo, la teoría recoge el mismo esquema que usa al explicar los comportamientos de la oferta y la demanda.

Estudio económico

El propósito de la investigación económica es determinar si una inversión es una buena idea para una organización y se utiliza para ayudar a tomar decisiones financieras mediante la evaluación de los costos y beneficios de una inversión (Kawasaki, 2018). El estudio financiero examina la viabilidad financiera del proyecto y su impacto en el ámbito económico personal y empresarial. En esta evaluación económica, la información monetaria aparece de manera sistemática y ordenada, la cual es el resultado del estudio y análisis de los factores que componen la información monetaria, de los cuales hablaremos más adelante. Por lo tanto, además de la investigación que es la investigación financiera,

cualquier entidad empresarial (incluso un comprador ambulante) puede y debe utilizarla como estrategia de análisis financiero antes y durante la actividad económica.

Aguacates orgánicos

Los aguacates son el fruto del mismo árbol. nombre, familia perenne lauráceas. en forma de pera con semillas brillantes, redondas, de 2-4 cm de largo. Lo llamaban ahucati (testículos) porque se consideraba un fruto afrodisíaco. Los primeros españoles en llegar a América la llamaron "pera" de las Indias" por su aspecto similar a la pera española Medina (2019). Las variedades más comercializadas son: Hass (la más famosa y comercial; pequeño, arrugado, piel oscura, pulpa amarilla. Él nativo de México y España, especialmente Andalucía), tocino (esta raza el primero, verde claro, muy extendido en España), cóctel o dátil

3 Identificación del problema

Actualmente a nivel nacional se ha generado una tendencia por parte de las personas en consumir frutos que estén cultivados de manera orgánica, esto debido a que cada vez se conoce más sobre los efectos negativos en las tierras y organismos de los consumidores por el uso de fertilizantes, químicos, pesticidas y herbicidas en los cultivos agrícolas.

Por lo consiguiente la base de estos productos es el petróleo, no obstante, cabe señalar que se están produciendo nuevos métodos de cuidado para la producción agrícola, pero las tierras donde se cultivan no, por lo tanto, no existirá una fertilidad idónea para realizar una actividad agrícola en óptimas condiciones.

En la ciudad de Milagro los habitantes analizan el hábito por un mejor estilo de vida mediante una alimentación más saludable, sin embargo, los negocios ya establecidos en ese mercado no la están satisfaciendo ya que persiste la venta de frutos tradicionales, debido a sus bajos costos en comparación de productos orgánicos.

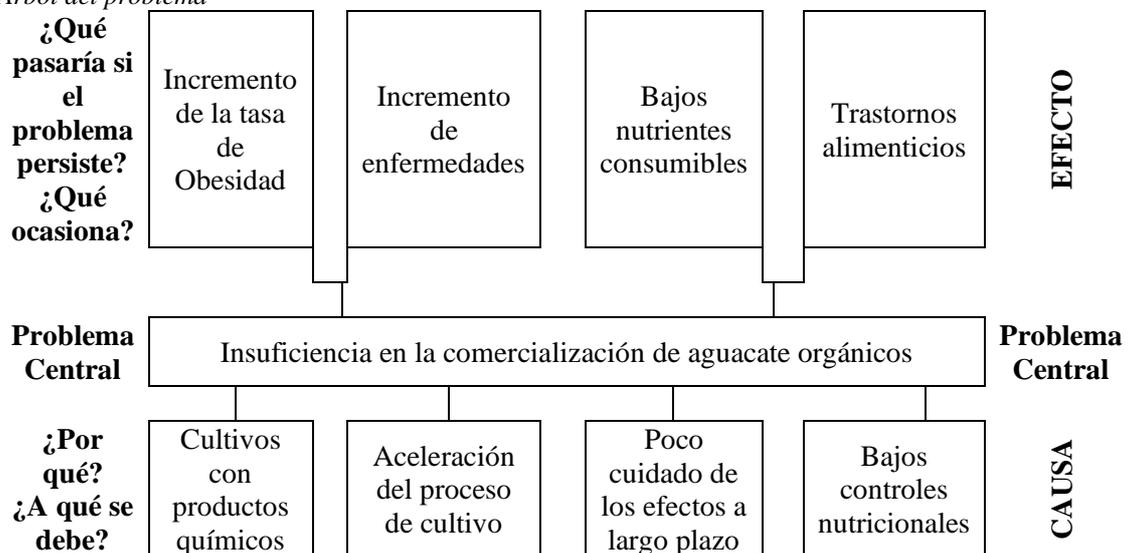
Por lo tanto, el comercializar un aguacate orgánico es una gran oportunidad, que puede generar una viabilidad en el proyecto dada las circunstancias de exigencias alimenticias del mercado.

De acuerdo a lo mencionado previamente se consideró el desarrollo de un estudio económico, dado que en este cantón se encuentra en una etapa de crecimiento donde existe una gran oportunidad de ser pioneros al momento de introducir este producto al mercado, además se promoverá una alimentación sana y saludable a los ciudadanos de dicho cantón, no solo con un producto de calidad, sino que este estará libre de productos tóxicos.

3.1 Árbol del problema

Tabla 1.

Árbol del problema



Elaborado por: Castillo (2023)

3.2 Formulación del problema

¿De qué manera incide un estudio económico en la comercialización de aguacates en el cantón Milagro?

3.3 Objetivo General

Elaborar un estudio económico para la comercialización de aguacates en el cantón Milagro.

3.4 Objetivo Específicos

- Desarrollar los fundamentos teóricos que sirven de apoyo para la comercialización de aguacates orgánicas a la población urbana del cantón Milagro.

- Evaluar la conveniencia económica de la comercialización de aguacates orgánicos a la población urbana del cantón Milagro.
- Formular las estrategias de comercialización para el nuevo producto.

4 Respuestas a preguntas. Propuesta

4.1 Descripción del negocio

Actualmente a nivel nacional se ha generado una tendencia por parte de las personas en consumir frutos que estén cultivados de manera orgánica, esto debido a que cada vez se conoce más sobre los efectos negativos en las tierras y organismos de los consumidores por el uso de fertilizantes, químicos, pesticidas y herbicidas en los cultivos agrícolas.

Por lo consiguiente la base de estos productos es el petróleo, no obstante, cabe señalar que se están produciendo nuevos métodos de cuidado para la producción agrícola, pero las tierras donde se cultivan no, por lo tanto, no existirá una fertilidad idónea para realizar una actividad agrícola en óptimas condiciones.

De acuerdo a lo mencionado previamente se consideró el desarrollo de un plan de negocio para un centro de comercialización de aguacates en la ciudad de Milagro, dado que en este cantón se encuentra en una etapa de crecimiento donde existe una gran oportunidad de ser pioneros al momento de introducir este producto al mercado, además se promoverá una alimentación sana y saludable a los ciudadanos de dicho cantón, no solo con un producto de calidad, sino que este estará libre de productos tóxicos.

Por otra parte en la ciudad de Milagro los habitantes analizan el hábito por un mejor estilo de vida mediante una alimentación más saludable, sin embargo los negocios ya establecidos en ese mercado no la están satisfaciendo ya que persiste la venta de frutos tradicionales, debido a sus bajos costos en comparación de productos orgánicos, por lo tanto el comercializar un aguacate orgánico es una gran oportunidad, que puede generar una viabilidad en el proyecto dada las circunstancias de exigencias alimenticias del mercado.

4.2 Descripción del producto

Se trata de introducir el aguacate orgánico, el cual será comercializado en tres unidades por un envase de cartón ecológico el cual ayudará a que este no sea maltratado por las manos del consumidor al momento de ser transportado.

Cabe señalar que se está utilizando un material ecológico el cual demuestre a los clientes la responsabilidad ambiental de la empresa con el planeta, evitando en lo más posible generar un mayor impacto.

La forma de adquirir los aguacates será mediante un proveedor que lo produzca, donde posteriormente pasará por un proceso de filtrado y en caso de que el producto no cumpla con el peso adecuado o a su vez tenga daños en su textura se procederá a devolver, de esta manera se evitará la merma innecesaria del producto.

Figura 1.
Aguacates orgánicos



Elaborado por: Castillo (2023)

Para la presente investigación se consideró como producto para su comercialización el aguacate orgánico dado que este fruto presenta varios beneficios en la salud de las personas, además de ser cultivado de manera diferente a comparación con otras marcas que lo hacen de la forma tradicional utilizando pesticidas y químicos para su cuidado.

Los aguacates orgánicos presentan una alta cantidad de grasa mono insaturada que es fácilmente metabolizada por el organismo de la persona que lo consume en el uso de cualquier actividad física, de la misma manera presenta un alto índice de vitamina E, la cual tiene como factor primordial el ser antioxidante.

Por otra parte, en este fruto se puede encontrar varios minerales y proteínas, es pertinente mencionar que para una persona que practica deporte es fundamental su consumo junto a una dieta equilibrada, finalmente al poseer una gran cantidad de aceite enriquecido permite eliminar la grasa saturada del organismo, es decir a estas grasas buenas se las conoce como LDL, las mismas que permiten eliminar y limpiar al organismo de grasas HDL.

4.3 Cálculo de la demanda potencial

Para poder proyectar las ventas potenciales se debe calcular en primer lugar por medio de la cantidad de demanda que exista en el mercado.

$$Q = n * q * p$$

Donde:

Tabla 2.

Demanda potencial

Detalle	Características	Dato
Q=	Demanda potencial	$i?$
n=	Posibles consumidores	341
q=	Frecuencia de compra	72
p=	Precio de la caja de 3 aguacates orgánicos	USD\$ 4,50

Elaborado por: Castillo (2023)

Tabla 3.

Parámetro q

	f_i	fr_i	x_i	f_i	$f_i x_i$
1 a 3 veces	111	29,37%	2	111	222
4 a 7 veces	133	35,19%	5,5	133	732
8 a 11 veces	104	27,51%	9,5	104	988
12 a 15 veces	11	2,91%	13,5	11	149
No contesta	19	5,03%	0,5	19	10
Total	378	100%			2100

Elaborado por: Castillo (2023)

$$q = \frac{f_i x_i}{f_i}$$

$$q = \frac{2.100}{378}$$

$$q = 5,55$$

$$q = 6 \text{ veces}$$

Donde el resultado final fue de 6 veces que se compra aguacates, el mismo que al proceder llevarlo al mes da un total de 72 veces al año.

Por último, para el precio se realizó una comparativa por las 3 unidades de aguacates en diferentes establecimientos y posteriormente se procedió a generar un precio promedio, las misma que es expuesta a continuación:

Tabla 4.
Competencia

Negocios	Precios	Promedio
Biocate	\$4,50	
Asocate	\$4,00	
Avocado	\$4,50	\$ 4,50 USD
Gerben Organic	\$5,00	
Organic Avocado	\$4,50	
Encuesta	\$4,50	

Elaborado por: Castillo (2023)

Finalmente, el cálculo de la demanda se procede a realizar conociendo cada uno de los valores de sus factores y la cual se presenta a continuación

$$Q = n * q * p$$

$$Q = 341 * 72 * USD\$ 4,50$$

$$Q = USD\$ 110.484,00$$

En cuanto a la demanda en dólares se obtuvo un valor de USD\$ 110.484,00 en su 100%

$$Q = n * q$$

$$Q = 341 * 72$$

$$Q = 24.552$$

Existen 24.552 clientes potenciales para la comercialización de la caja de 3 unidades de aguacates orgánicos

4.4 Demanda potencial insatisfecha

Al ser un negocio que recién inicia sus actividades en un mercado competitivo se procedió a captar para el primer año el 55% de la demanda, de esta forma se puede contar con el correcto inventario y posteriormente ir creciendo en un promedio del 8% como tasa conservadora según el (BCE, 2019).

Tabla 5.
Proyección de la demanda

Período	Demanda Insatisfecha en Unidades	Demanda Insatisfecha en Dólares	Porcentaje de captación	Mercado Meta	Precio	Ingresos Anuales
1	24552	\$110.484,00	55%	13504	\$4,50	\$60.766,20
2	26527	\$119.370,23	63%	16723	\$4,86	\$81.307,30
3	28659	\$128.967,59	71%	20372	\$5,25	\$107.013,76
4	30963	\$139.332,72	79%	24498	\$5,68	\$139.036,65
5	33450	\$150.526,71	87%	29153	\$6,13	\$178.767,03

Elaborado por: Castillo (2023)

Se debe alcanzar unas ventas de USD\$ 60.766,20, el segundo año se debe alcanzar unas ventas de USD\$ 81.307,30, para el tercer año se debe alcanzar unas ventas de USD\$ 107.013,76, para el cuarto año se debe alcanzar unas ventas de USD\$ 139.036,65 y por último el quinto año se debe alcanzar unas ventas de USD\$ 178.767,03.

4.5 Proyección de la Demanda

- **Proyección de la demanda en unidades**

Se procedió hacer el cálculo del inventario necesario para los posteriores años, cabe resaltar que se determinó tanto diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente, la misma que se expone:

Tabla 6.
Proyección de demanda en unidades

Detalle	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Demanda Diaria	38	46	57	68	81
Demanda Semanal	265	328	399	480	572
Demanda Mensual	1125	1394	1698	2041	2429
Demanda Anual	13504	16723	20372	24498	29153

Elaborado por: Castillo (2023)

Según la tabla se puede observar que para la demanda diaria se tiene para el primer año de 38 unidades, segundo año 46 unidades, tercer año 57 unidades, cuarto año 68 unidades y quinto año 81 unidades, mientras que para la demanda semanal se tendrá para el primer año 265 unidades, para el segundo año 328 unidades, para el tercer año 399 unidades, para el cuarto año 480 unidades y para el quinto año 572 unidades, seguido para la demanda mensual se tendrá para el primer año 1.125 unidades, para el segundo año 1.394 unidades para el tercer año 1.698 unidades para el cuarto año 2.041 unidades y para el quinto año 2.429 unidades, finalmente para la demanda anual se tendrá para el primer año 13.504 unidades, para el segundo año 16.723 unidades, para el tercer año 20.372 unidades, para el cuarto año 24.498 unidades y para el quinto año 29.153 unidades.

4.6 Cálculo del precio

Para la presente investigación se procedió a realizar los costos totales unitarios, el margen de contribución que se quiere ganar, sin que este sobrepase lo establecido en las encuestas acerca el precio, ya que de hacerse se estaría perdiendo el ajuste al poder adquisitivo de nuestro target.

Factor precio de venta

$$= \text{Costo total unitario} * \frac{100}{100 - \text{Margen de Contribución}}$$

Donde se detallan los factores de la siguiente manera:

Tabla 7.
FPV

Detalle	Características	Dato
Ctu=	Costo Total unitario= (Cfu+Cvu)	USD\$ 3,37
Mc=	Margen de contribución= (Pvu-Ctu/Pvu)	25%

Elaborado por: Castillo (2023)

Factor precio de venta

$$= \text{Costo total unitario} * \frac{100}{100 - \text{Margen de Contribución}}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \text{USD\$ } 3,37 * \frac{100}{100 - 25}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \text{USD\$ } 3,37 * \frac{100}{75}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \text{USD\$ } 3,37 * 1,33$$

$$\text{Factor precio de venta} = \text{USD\$ } 4,50$$

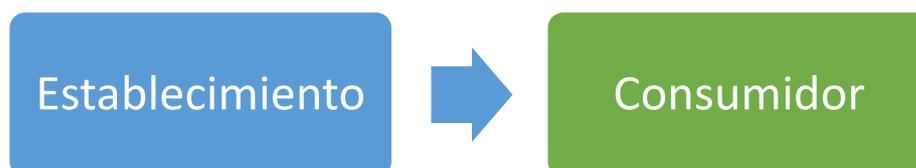
Como resultado final se puede apreciar que el precio de venta al público por la caja de aguacates orgánicos será de USD\$ 4,50.

4.7 Canal de distribución

La distribución del producto tendrá dos métodos, la primera será directa entre el establecimiento y el consumidor y segunda será por pedido a través de redes de mensajería, esto se consideró a partir de los datos obtenidos de la encuesta en donde se hace énfasis a generarles un plus al comercio tradicional de productos y entregándoselos directamente a su domicilio, de esa manera se estaría compitiendo de mejor forma con las tiendas tradicionales y supermercados que ofrecen el producto.

Figura 2.

Distribución tradicional



Elaborado por: Castillo, (2023)

Figura 3.
Distribución personalizada

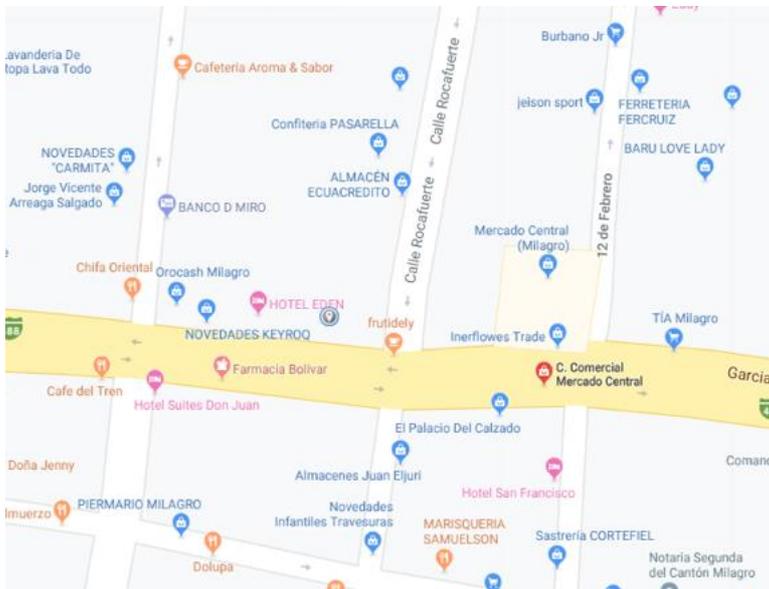


Elaborado por: Castillo, (2023)

4.8 Localización del establecimiento

Como parte del punto de venta será alquilado un local en la cantón de Milagro la cual este en el área céntrica del mismo y además que este cerca del mercado de Milagro, de esta manera se podrá tener una afluencia de personas aceptable que cuando visualicen el establecimiento les conduzca a la curiosidad por averiguar sobre el fruto orgánico que se estará ofertando, así mismo los anuncios publicitarios deben favorecer el llamado de atención de las personas y a su vez deben brindarles una información corta pero precisa de los beneficios de consumir productos orgánicos.

Figura 4.
Ubicación del establecimiento



Fuente: (GoogleMaps, 2019)

4.9 Dimensiones del establecimiento

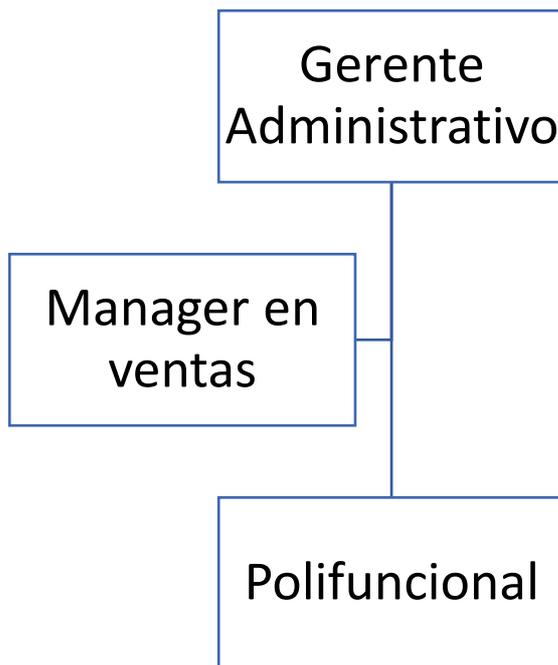
En cuanto a la infraestructura del establecimiento, este tendrá 200 metros cuadrados los cuales estarán divididos por el espacio comercial la vitrina donde se exhibirán los aguacates al público en la parte trasera también existirá una repisa donde se

colocarán las cajas con el producto, cabe señalar que este producto debe estar en un ambiente fresco ya que su vida útil es muy corta debido a no contener preservantes.

Por otra parte, el establecimiento también poseerá una bodega donde se ubicarán los productos necesarios que se usaran para ir reponiendo los que salen en el trayecto del día, por efecto de la rotación de producto, finalmente existirá el área administrativa donde se controlara los ingresos diarios y los costos del personal como de reposición de inventario. Cabe mencionar que el alquiler de este establecimiento debido a su tamaño estará entre los \$ 200,00 USD.

4.10 Estructura Organizacional

Figura 5.
Estructura Organizacional



Elaborado por: Castillo, (2023)

4.11 Materia prima directa

Para la materia prima directa es necesario que exista los aguacates orgánicos, los mismos que serán cedidos por los 25 socios proveedores que se contemplaran y que cuentan con fincas aguacateras en la región costa.

Tabla 8.*Materia prima directa*

Aguacates	3 unidades	\$1,12500	13504	\$15.191,55
TOTAL		\$1,12500		\$15.191,55

Elaborado por: Castillo (2023)

4.12 Materia prima indirecta

Para la materia prima indirecta es necesario que se contemplen las cajas de cartón ecológicas donde se ubicaran los aguacates para que estos se presenten al mercado de una forma atractiva y que a su vez evite el contacto directo de los clientes con el producto, en otras palabras, evita la manipulación directa con el producto.

En adición para la salida al mercado se requiere de su respectiva impresión del logo en la caja ecológica, esto también conlleva a ser materia prima indirecta y por último la etiqueta del producto, donde se mostrará la base nutricional del mismo.

Tabla 9.*Materia prima indirecta*

Caja de Cartón	1	\$0,04500	13504	\$607,66
Impresión de etiqueta	1	\$0,02250	13504	\$303,83
Impresión de Logo	1	\$0,02250	13504	\$303,83
TOTAL		\$0,09		\$1.215,32

Elaborado por: Castillo (2023)

4.13 Gastos generales

Se obtuvo una cantidad de \$ 5.520,00 USD anualmente.

Tabla 10.*Gastos generales*

Detalle	Veces al año	Costo Mensual	Costo Anual
Servicio de Alquiler	12	\$200,00	\$2.400,00
Servicio de internet/telefonía	12	\$30,00	\$360,00
Servicio de agua	12	\$30,00	\$360,00
Servicio de luz	12	\$200,00	\$2.400,00
TOTAL		\$460,00	\$5.520,00

Elaborado por: Castillo (2023)

4.14 Gastos de marketing

Se obtuvo una cantidad de \$ 1.792,29 USD anualmente.

Tabla 11.

Gastos de marketing

Comisión por ventas	\$11,00	\$131,94
Publicidad	\$155,00	\$640,00
Distribución	\$68,36	\$820,34
Promociones	\$200,00	\$200,00
TOTAL	\$434,36	\$1.792,29

Elaborado por: Castillo (2023)

4.15 Gastos administrativos

Como parte de los gastos de administración se obtuvo una cantidad de \$ 21.035,40 USD anualmente. Cabe señalar que dentro de este valor se unifica los gastos generales del centro.

Tabla 12.

Gastos de administración

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Depreciación	\$230,42	\$2.765,00
Mano de Obra Indirecta	\$1.055,55	\$12.670,40
Amortización	\$6,67	\$80,00
GASTOS DE OPERACIÓN	\$460,00	\$5.520,00
TOTAL	\$1.752,63	\$21.035,40

Elaborado por: Castillo (2023)

4.16 Mano de obra directa

Como mano directa a una persona encargada de retirar el aguacate orgánico desde las fincas de los proveedores, para posteriormente se encargue de su empaquetado y almacenamiento en la bodega del establecimiento, así mismo encargado de entregar el producto en caso de ser requerido por algún cliente mediante el modelo de delivery.

Tabla 13.
Mano de obra directa

Personal	Cargo	Cantidad	Salario				
			en horas	Salario en días	Salario Semanal	Salario Mensual	Salario Anual
Obrero A	Polifuncional	1	\$2,20	\$17,59	\$96,76	\$527,78	\$6.335,20
Total		1	\$2,20	\$17,59	\$96,76	\$527,78	\$6.335,20

Elaborado por: Castillo (2023)

Tabla 14.
Desglose del salario

Descripción	Mensual	N° Obreros	Total mensual	Total anual
Sueldo básico	\$400,00	1	\$400,00	\$4.800,00
Aporte patronal	\$44,60	1	\$44,60	\$535,20
Fondo de reserva	\$0,00	1	\$0,00	\$0,00
Decimo 13	\$400,00	1	\$33,33	\$400,00
Decimo 14	\$400,00	1	\$33,18	\$400,00
Vacaciones	\$200,00	1	\$16,67	\$200,00
TOTAL			\$527,78	\$6.335,20

Elaborado por: Castillo (2023)

4.17 Mano de obra indirecta

Se considerado la vendedora y la administradora del establecimiento, esto con la finalidad de que su labor sea mucho más centrada en el funcionamiento directo y que no tengan otras actividades que interrumpan su labor, ya que al ocurrir esto se pueden ver afectadas los ingresos del mismo.

Tabla 15.
Mano de obra indirecta

Personal	Cargo	Cantidad	Salario				
			en horas	Salario en días	Salario Semanal	Salario Mensual	Salario Anual
Administrativo A	Gerente Administrativo	1	\$2,20	\$17,59	\$96,76	\$527,78	\$6.335,20
Administrativo B	Manager en Ventas	1	\$2,20	\$17,59	\$96,76	\$527,78	\$6.335,20
Total		2	\$4,40	\$35,19	\$193,52	\$1.055,55	\$12.670,40

Elaborado por: Castillo (2023)

4.18 Inversión Fija

Tabla 16.
Inversión Fija

Detalle	Sub-Total	Total	Participación %
<i>Inversión Tangible</i>		\$14.165,00	97%
Equipos de Computación	\$315,00		2%
Muebles de Oficina	\$210,00		1%
Herramientas	\$60,00		0%
Maquinaria	\$550,00		4%
Vehículo	\$12.000,00		82%
Edificio	\$1.000,00		7%
Equipos de Oficina	\$30,00		0%
<i>Inversión intangible</i>		\$400,00	3%
Gastos de constitución	\$400,00		3%
<u>TOTAL</u>		<u>\$14.565,00</u>	<u>100%</u>

Elaborado por: Castillo (2023)

4.19 Depreciación

Tabla 17.
Depreciación de activos tangibles

Detalle	Monto	Vida útil	Valor residual
Equipos de Computación	\$315,00	3	\$105,00
Muebles de Oficina	\$210,00	3	\$70,00
Herramientas	\$60,00	3	\$20,00
Equipos de Oficinas	\$30,00	3	\$10,00
	Sub-total		\$205,00
Maquinaria	\$ 550,00	5	\$110,00
Vehículo	\$ 12.000,00	5	\$2.400,00
	Sub-total		\$2.510,00
Edificio	\$1.000,00	20	\$50,00
	Sub-total		\$50,00
TOTAL 3 años iniciales			\$2.765,00
TOTAL 2 años finales			\$2.560,00

Elaborado por: Castillo (2023)

4.20 Amortizaciones

Tabla 18.
Amortización de activos intangibles

Detalle	Monto	Vida útil	Valor residual
Gastos de constitución	\$ 400,00	5	\$80,00
	Sub-total		\$80,00
TOTAL 3 años iniciales			\$80,00
TOTAL 2 años finales			\$80,00

Elaborado por: Castillo (2023)

4.21 Costos totales de producción

Tabla 19.

Costos totales de producción

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$527,78	\$6.335,20
Materia Prima Directa	\$1.265,96	\$15.191,55
Materia Prima Indirecta	\$101,28	\$1.215,32
Costos Fijos		
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$1.752,63	\$21.035,40
COSTOS DE MARKETING / VENTAS	\$434,36	\$1.792,29
TOTAL	\$4.082,01	\$45.569,76

Elaborado por: Castillo (2023)

4.22 Capital de trabajo

Para efectos de este proyecto de inversión se expondrá el capital necesario para realizar que el centro de comercialización inicie sus actividades, en la cual se consideraron el total de ingresos que se pueden alcanzar de manera mensual, según un porcentaje de venta por cada mes inicial.

Por lo tanto para en el período 1 existe una cantidad de 13.504 cajas de aguacates para la venta según la demanda del mercado, de los cuales para el primer mes se pretende alcanzar una venta del 1% representado en 135 unidades, en el segundo mes del 2% representado en 270 unidades, en el tercer mes del 4% representado en 540 unidades, en el cuarto mes del 4% representado en 540 unidades, en el quinto mes del 7% representado en 945 unidades, en el sexto mes del 7% representado en 945 unidades, en el séptimo mes del 10% representado en 1.350 unidades, en el octavo mes de 11% representado en 1.485 unidades, en el noveno mes del 13% representado en 1.755 unidades, en el décimo mes del 13% representado en 1.755 unidades, en el onceavo mes del 14% representando 1.891 unidades y en el doceavo mes del 14% representando 1.891 unidades; cuyos valores dan un total de 13.504 unidades.

En adición se consideró añadir al capital un saldo acumulado que representa la pérdida de los primeros meses, específicamente hasta el cuarto mes de inicio de las actividades comerciales; los cuales deben ser cubiertos y por ende se procedió a añadirlos en el financiamiento del proyecto como parte del capital

4.23 Inversión total

Como parte de la inversión total del centro de comercialización de aguacates orgánicos denominado “Aguaca-T Organic” se procedió a establecer la inversión total, la cual arrojó un resultado de \$ 63.561.34 USD, donde el 23% representa a la inversión fija con una cantidad de \$ 14. 565,00 USD y un 77% representada el capital de trabajo con una cantidad de \$ 48.996,34 USD.

Tabla 20.
Inversión total

Detalle	Total	Participación %
Inversión fija	\$14.565,00	23%
Capital de trabajo Conservador	\$48.996,34	77%
<u>TOTAL</u>	<u>\$63.561,34</u>	<u>100%</u>

Elaborado por: Castillo (2023)

4.24 Costos financieros

Tabla 21.
Financiamiento

Detalle	Valor	% de aportación por participación	Inversión Total
Deuda financiera	\$44.492,94	70%	
Capital aportado por los accionistas	\$19.068,40	30%	\$63.561,34
<u>Inversión Total</u>	<u>\$63.561,34</u>	<u>100%</u>	

Elaborado por: Castillo (2023)

$$\begin{aligned}
 \text{Cuota} &= p * \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1} \\
 \text{Cuota} &= \$44.492,94 * \frac{(1 + 0,0092)^{60} * 0,0092}{(1 + 0,0092)^{60} - 1} \\
 \text{Cuota} &= \$44.492,94 * \frac{1,0092}{1,0092} * \frac{0,0092}{-1} \\
 \text{Cuota} &= \$44.492,94 * \frac{1,732345494}{1,732345494} * \frac{0,0092}{-1} \\
 \text{Cuota} &= \$44.492,94 * \frac{0,015937579}{0,732345494}
 \end{aligned}$$

Cuota= \$44.492,94 * 0,021762377

Cuota= **\$968,27**

Tabla 22.
Interés pagado por año

Período	Monto
1	\$4.562,01
2	\$3.742,23
3	\$2.827,22
4	\$1.805,93
5	\$666,00
TOTAL	\$13.603,39

Elaborado por: Castillo (2023)

Tabla 23.
Pago capital préstamo

Período	Monto
1	\$7.057,26
2	\$7.877,04
3	\$8.792,04
4	\$9.813,34
5	\$10.953,26
TOTAL	\$44.492,94

Elaborado por: Castillo (2023)

4.25 Proyección de sueldos

En cuanto que para la proyección de los sueldos se procedió a considerar la tasa de inflación proyectada del BCE donde los sueldos se vieron en crecimiento en el transcurso de los períodos

Tabla 24.
Proyección sueldos anuales

DETALLE	PERÍODO 1	PERÍODO 2	PERÍODO 4	PERÍODO 5
Sueldos Administrativos	\$12.670,40	\$13.786,63	\$14.547,69	\$14.940,22
Sueldos Obreros	\$6.335,20	\$6.893,31	\$7.273,84	\$7.464,11
TOTAL	\$19.005,60	\$20.679,94	\$21.821,53	\$22.404,32

Elaborado por: Castillo (2023)

4.26 Proyección de costos

Tabla 25.
Proyección de costos

Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Unidades	13504	16723	20372	24498	29153
Costo Variable Unitario	\$1,68	\$1,47	\$1,29	\$1,14	\$1,02
(-)Costos Variables	\$22.742,07	\$24.619,79	\$26.235,27	\$27.964,75	\$29.817,32
(-)Costos Fijos	\$22.827,69	\$24.760,86	\$26.023,72	\$27.357,17	\$28.778,81
(+)Costos Totales	\$45.569,76	\$49.380,66	\$52.258,99	\$55.321,92	\$58.596,13

Elaborado por: Castillo (2023)

4.27 Proyección de ingresos

Tabla 26.
Proyección de ingresos

Detalle	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Demanda Diaria	\$168,80	\$225,85	\$297,26	\$386,21	\$496,58
Demanda Semanal	\$1.191,49	\$1.594,26	\$2.098,31	\$2.726,21	\$3.505,24
Demanda Mensual	\$5.063,85	\$6.775,61	\$8.917,81	\$11.586,39	\$14.897,25
Demanda Anual	\$60.766,20	\$81.307,30	\$107.013,76	\$139.036,65	\$178.767,03

Elaborado por: Castillo (2023)

4.28 Estado de situación financiera

Tabla 27.
Estado de situación financiera proyectada

	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Caja / Banco	\$48.996,34	\$51.129,64	\$62.915,25	\$87.953,37	\$127.166,52	\$187.673,33
(=) Total Activos Corrientes	\$48.996,34	\$51.129,64	\$62.915,25	\$87.953,37	\$127.166,52	\$187.673,33
Activos No Corrientes						
Equipos de Computación	\$315,00	\$315,00	\$315,00	\$315,00	\$315,00	\$315,00
Muebles de Oficina	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00
Herramientas	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Maquinaria	\$550,00	\$550,00	\$550,00	\$550,00	\$550,00	\$550,00
Vehículo	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
Edificio	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Equipos de Oficina	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Depreciación Acumulada	\$0,00	-\$2.765,00	-\$5.530,00	-\$8.295,00	-\$10.855,00	-\$13.415,00
Gastos de Intangibles	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Amortización acumulada	\$0,00	-\$80,00	-\$160,00	-\$240,00	-\$320,00	-\$400,00
(=) Total Activos No Corrientes	\$14.565,00	\$11.720,00	\$8.875,00	\$6.030,00	\$3.390,00	\$750,00

(=) TOTAL ACTIVOS	<u>\$63.561,34</u>	<u>\$62.849,64</u>	<u>\$71.790,25</u>	<u>\$93.983,37</u>	<u>\$130.556,52</u>	<u>\$188.423,33</u>
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
Préstamo bancario C/P	\$7.057,26	\$7.877,04	\$8.792,04	\$9.813,34	\$10.953,26	\$0,00
(=) Total Pasivos Corrientes	<u>\$7.057,26</u>	<u>\$7.877,04</u>	<u>\$8.792,04</u>	<u>\$9.813,34</u>	<u>\$10.953,26</u>	<u>\$0,00</u>
Pasivos No Corrientes						
Préstamo bancario L/P	\$37.435,68	\$29.558,64	\$20.766,60	\$10.953,26	\$0,00	\$0,00
(=) Total Pasivo No Corrientes	<u>\$37.435,68</u>	<u>\$29.558,64</u>	<u>\$20.766,60</u>	<u>\$10.953,26</u>	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>
(=) TOTAL PASIVOS	<u>\$44.492,94</u>	<u>\$37.435,68</u>	<u>\$29.558,64</u>	<u>\$20.766,60</u>	<u>\$10.953,26</u>	<u>\$0,00</u>
PATRIMONIO						
Capital aportado por los accionistas	\$19.068,40	\$19.068,40	\$19.068,40	\$19.068,40	\$19.068,40	\$19.068,40
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	\$6.345,57	\$16.817,64	\$30.985,17	\$46.386,48	\$68.820,07
Utilidades Retenidas	\$0,00	\$0,00	\$6.345,57	\$23.163,20	\$54.148,37	\$100.534,86
(=) TOTAL PATRIMONIO	<u>\$19.068,40</u>	<u>\$25.413,97</u>	<u>\$42.231,61</u>	<u>\$73.216,77</u>	<u>\$119.603,26</u>	<u>\$188.423,33</u>
(=) PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$63.561,34</u>	<u>\$62.849,64</u>	<u>\$71.790,25</u>	<u>\$93.983,37</u>	<u>\$130.556,52</u>	<u>\$188.423,33</u>
(=) TOTAL	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>	<u>\$0,00</u>

Elaborado por: Castillo (2023)

4.29 Estado de resultado

Tabla 28.

Estado de resultado proyectado

Detalle	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Inversión	\$63.561,34					
(=) Unidades		13504	16723	20372	24498	29153
(=) Costos variables unitarios		\$1,68	\$1,47	\$1,29	\$1,14	\$1,02
(=) Precio de venta unitario		\$4,50	\$4,86	\$5,25	\$5,68	\$6,13
(=) Total de Ingresos	\$60.766,20	\$81.307,30	\$107.013,76	\$139.036,65	\$178.767,03	
(-) Costos de Producción	\$22.742,07	\$24.619,79	\$26.235,27	\$27.964,75	\$29.817,32	
(=) Utilidad Marginal	\$38.024,13	\$56.687,51	\$80.778,49	\$111.071,90	\$148.949,71	
Proyectada						
(-) Costos de Operación	\$22.827,69	\$24.760,86	\$26.023,72	\$27.357,17	\$28.778,81	
(=) Utilidad Operativa	\$15.196,44	\$31.926,64	\$54.754,77	\$83.714,73	\$120.170,90	
Proyectada						
(-) Costos Financiero	\$4.562,01	\$3.742,23	\$2.827,22	\$1.805,93	\$666,00	
(=) Utilidad Bruta Proyectada	\$10.634,43	\$28.184,41	\$51.927,55	\$81.908,80	\$119.504,90	
(-) 15% de Participación de los trabajadores	\$1.595,16	\$4.227,66	\$7.789,13	\$12.286,32	\$17.925,74	
(=) Utilidad Antes del						
Impuesto a la Renta	\$9.039,27	\$23.956,75	\$44.138,41	\$69.622,48	\$101.579,17	
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$1.988,64	\$5.270,49	\$9.710,45	\$15.316,95	\$22.347,42	
(=) Utilidad Antes de la						
Reinversión	\$7.050,63	\$18.686,27	\$34.427,96	\$54.305,54	\$79.231,75	
(-) Reinversión	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$2.765,00	\$2.765,00	
(=) Utilidad Antes de la						
Reserva Legal	\$7.050,63	\$18.686,27	\$34.427,96	\$51.540,54	\$76.466,75	
(-) 10% Reserva Legal	\$705,06	\$1.868,63	\$3.442,80	\$5.154,05	\$7.646,67	
(=) Utilidad Neta Proyectada	\$6.345,57	\$16.817,64	\$30.985,17	\$46.386,48	\$68.820,07	
UTILIDAD NETA PROYECTADA						
ACUMULADA	\$6.345,57	\$23.163,20	\$54.148,37	\$100.534,86	\$169.354,93	

Elaborado por: Castillo (2023)

4.30 Flujo de caja

Tabla 29.

Flujo de caja proyectado

Detalle	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
(=) Unidades		13504	16723	20372	24498	29153
(=) Costos variables unitarios		\$1,68	\$1,47	\$1,29	\$1,14	\$1,02
(=) Precio de venta unitario		\$4,50	\$4,86	\$5,25	\$5,68	\$6,13
(=) Total de Ingresos		\$60.766,20	\$81.307,30	\$107.013,76	\$139.036,65	\$178.767,03
(-) Costos de Producción		\$22.742,07	\$24.619,79	\$26.235,27	\$27.964,75	\$29.817,32
(-) Costos de Operación		\$22.827,69	\$24.760,86	\$26.023,72	\$27.357,17	\$28.778,81
(-) Costos Financiero		\$4.562,01	\$3.742,23	\$2.827,22	\$1.805,93	\$666,00
(=) Flujo de Caja Antes de Participación Proyectada		\$10.634,43	\$28.184,41	\$51.927,55	\$81.908,80	\$119.504,90
(-) 15% de Participación de los trabajadores		\$1.595,16	\$4.227,66	\$7.789,13	\$12.286,32	\$17.925,74
(=) Flujo de Caja Antes del Impuesto a la Renta		\$9.039,27	\$23.956,75	\$44.138,41	\$69.622,48	\$101.579,17
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$1.988,64	\$5.270,49	\$9.710,45	\$15.316,95	\$22.347,42
(=) Flujo de Caja Antes de la Reinversión		\$7.050,63	\$18.686,27	\$34.427,96	\$54.305,54	\$79.231,75
(-) Reinversión		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$2.765,00	\$2.765,00
(=) Flujo de Caja Antes de la Reserva Legal		\$7.050,63	\$18.686,27	\$34.427,96	\$51.540,54	\$76.466,75
(-) 10% Reserva Legal		\$705,06	\$1.868,63	\$3.442,80	\$5.154,05	\$7.646,67
(=) Flujo de Caja Después de Impuestos		\$6.345,57	\$16.817,64	\$30.985,17	\$46.386,48	\$68.820,07
(+) Depreciaciones		\$2.765,00	\$2.765,00	\$2.765,00	\$2.560,00	\$2.560,00
(+) Amortizaciones		\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
(-) Pago de Capital Préstamo		\$7.057,26	\$7.877,04	\$8.792,04	\$9.813,34	\$10.953,26
(+) Capital de Trabajo	\$48.996,34					
(+) Inversión Fija	\$14.565,00					
(=) Inversión Total	\$63.561,34					
(=) Flujo de Caja Neto Proyectado		\$2.133,31	\$11.785,60	\$25.038,12	\$39.213,15	\$60.506,81
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$2.765,00	\$5.530,00	\$8.295,00	\$10.855,00	\$13.415,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		\$80,00	\$160,00	\$240,00	\$320,00	\$400,00

Elaborado por: Castillo (2023)

4.31 Punto de equilibrio

Tabla 30.

Punto de equilibrio en unidades y en dólares

Períodos	Costos Fijos	Precio de venta al público	Costos variables	Unidades	Margen de contribución	Rango de Margen de contribución	Dólares
1	\$27.389,69	\$4,50	\$1,68	9727	\$2,82	63%	\$43.771,36
2	\$28.503,09	\$4,86	\$1,47	8409	\$3,39	70%	\$40.882,19
3	\$28.850,95	\$5,25	\$1,29	7276	\$3,97	75%	\$38.221,17
4	\$29.163,09	\$5,68	\$1,14	6432	\$4,53	80%	\$36.505,53
5	\$29.444,81	\$6,13	\$1,02	5763	\$5,11	83%	\$35.339,18

Elaborado por: Castillo (2023)

4.32 Cálculo de la Tasa mínima atractiva

Tabla 31.

TMAR

Detalle	Código	%	Criterio
Rentabilidad bonos tesoro americano a 5 años	Rf	3,5%	Referencia respecto a la economía americana
Rentabilidad del mercado S&P500	Rm	9,69%	Referencia respecto a la economía americana
Riesgo país	Rp	8,04%	Puntos asignados por riesgo país
Beta	B	1,04%	Referencia respecto a la economía americana (TIPO DE NEGOCIO)
Costo del capital propio (CAPM)	Re	17,98%	Tasa de patrimonio a utilizar en el cálculo del VAN (Esta tasa de descuento es la denominada Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR))

Elaborado por: Castillo (2023)

4.33 Período de Recuperación

Tabla 32. PAYBACK

Descripción	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Flujo de Caja Neto		\$2.133,31	\$11.785,60	\$25.038,12	\$39.213,15	\$60.506,81
Inversión Fija	-\$14.565,00					
Capital de trabajo	-\$48.996,34					
Total	-\$63.561,34	\$2.133,31	\$11.785,60	\$25.038,12	\$39.213,15	\$60.506,81
PAYBACK	-\$63.561,34	-\$61.428,03	-\$49.642,43	-\$24.604,30	\$14.608,85	\$75.115,66

Elaborado por: Castillo (2023)

4.34 Valor Actual Neto

Tabla 33.

VAN

Períodos	Inversión	Flujo de caja	VAN
0	\$63.561,34		
1		\$2.133,31	
2		\$11.785,60	
3		\$25.038,12	
4		\$39.213,15	
5		\$60.506,81	
			\$8.676,28

Elaborado por: Castillo (2023)

4.35 Tasa Interna de Retorno

Tabla 34.

TIR

Períodos	Inversión	Flujo de caja	TIR
0	\$63.561,34		
1		\$2.133,31	
2		\$11.785,60	21,99%
3		\$25.038,12	
4		\$39.213,15	
5		\$60.506,81	

Elaborado por: Castillo (2023)

5. Conclusiones

Tras una exhaustiva revisión bibliográfica sobre la comercialización de aguacates, se evidenció una sólida base teórica que respalda la viabilidad del proyecto en el cantón Milagro. La literatura revisada destacó la creciente demanda global de aguacates, respaldada por sus beneficios nutricionales y la tendencia de los consumidores hacia alimentos saludables. Además, se identificaron prácticas exitosas en la comercialización de aguacates en regiones comparables, proporcionando un marco sólido para la implementación efectiva en el contexto local.

El análisis de mercado reveló oportunidades prometedoras para la comercialización de aguacates en el cantón Milagro. La demanda actual y proyectada supera la oferta local, creando un espacio propicio para el crecimiento y la expansión del negocio. La preferencia de los consumidores por productos frescos y de alta calidad resalta la posibilidad de establecer una marca distintiva que satisfaga estas necesidades. Además, la identificación de nichos de mercado específicos, como restaurantes locales y mercados especializados, ofrece estrategias efectivas para maximizar la penetración en el mercado. Desde una perspectiva económica, el estudio respalda la factibilidad del proyecto de comercialización de aguacates en Milagro. Los costos de producción y distribución son manejables en comparación con los precios de mercado, permitiendo un margen de beneficio saludable. La inversión inicial requerida es justificada por los retornos proyectados a medio y largo plazo, lo que indica un modelo de negocio sostenible. La diversificación de los canales de distribución y la implementación de estrategias de eficiencia operativa contribuyen positivamente a la rentabilidad general del proyecto.

El análisis financiero confirma la viabilidad económica del proyecto a lo largo del tiempo. La proyección de flujos de efectivo, estados de resultados y balances muestra una tendencia positiva, indicando una salud financiera estable. La relación costo-beneficio y la tasa interna de retorno (TIR) son favorables, sugiriendo que la inversión generará rendimientos significativos. La gestión prudente de los recursos financieros y la implementación de estrategias de mitigación de riesgos contribuyen a la resiliencia financiera del proyecto, fortaleciendo su posición en el mercado de aguacates en el cantón Milagro.

6. Referentes Bibliográficas

- BCE. (1 de Enero de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Exportación por bloques económicos y tipos de productos: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Castro G. (1 de Enero de 2018). *Repositorio ULVR*. Obtenido de ESTUDIO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE EN EL CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS EN EL AÑO 2018: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2560/1/T-ULVR-2356.pdf>
- Constitución del Ecuador . (14 de Mayo de 2019). *Asamblea Constituyente*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Cortez . (1 de Noviembre de 2013). *Repositorio UCSG*. Obtenido de Propuesta para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana en el cantón Milagro, provincia del Guayas: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8663/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-170.pdf>
- Freire. (2014). *Pasión por emprender*. Aguilar.
- GAD-Milagro . (1 de Noviembre de 2014). *Análisis Demográfico* . Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0960000730001diagn%C3%B3stico_15-11-2014.pdf
- GoogleMaps. (1 de Enero de 2019). *Canton Milagro* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/San+Francisco+de+Milagro/@-2.1402475,-79.623886,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d47b1ac773e79:0xca6e788c9cf5a035!8m2!3d-2.1387682!4d-79.5940544?hl=es-419>
- IGM. (1 de Enero de 2017). *Infraestructura de Datos Espaciales para Instituto Geográfico Militar*. Obtenido de <http://www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/index/>
- INEC-CPV. (1 de Enero de 2010). *Promedio de personas por hogar a nivel Nacional* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

- Kawasaki. (2010). *El arte de empezar*. E.E.U.U: Portafolio.
- León & Ordoñez . (1 de Enero de 2014). *Repositorio ULVR*. Obtenido de Producción y comercialización de frutas deshidratadas como fuentes generadoras de ingreso para la parroquia rural Mariscal Sucre del Cantón Milagro: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1842/1/T-ULVR-1657.pdf>
- Ley de Gestión Ambiental. (10 de Septiembre de 2004). Obtenido de Ley de Gestión Ambiental: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Ley organica de Defensa del consumidor. (13 de Octubre de 2011). *Ley organica de Defensa del consumidor*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Ley Organica de Economía Popular y Solidaria. (28 de Abril de 2011). *LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- PNTV. (22 de Septiembre de 2017). *planificación.gob.ec*. Obtenido de Plan Nacional Toda una vida: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Reglamento a la Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado. (14 de Julio de 2017). *presidencia.gob.ec*. Obtenido de https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_REGLAMENTO_A_LEY_ORGANICA_DE_REGULACION_julio_2017.pdf
- Salazar & Zambrano. (1 de Abril de 2012). *Repositorio UNEMI*. Obtenido de Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1600/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20implementaci%3b%20de%20un%20centro%20de%20comercializaci%3b%20interna%20y%20exportaci%3b%20de%20cacao%20en%20Milagro.pdf?sequence=3>

Servicio de Rentas Internas. (1 de Enero de 2011). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de www.sri.gob.ec/.../Yo%20construyo%20mi%20Ecuador%20cuarto%20ac3ao.pdf