



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PORTADA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE CACAO  
CONGELADA**

**TUTOR**

**MGTR, CHRISTIAN XAVIER PROAÑO PIEDRA**

**AUTORES**

**ANGELA GABRIELA OCHOA CASTRO**

**GUAYAQUIL**

**2024**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Plan de negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada.	
<b>AUTOR:</b> Ochoa Castro Angela Gabriela	<b>TUTOR:</b> Proaño Piedra Christian Xavier
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b> Ingeniera Comercial
<b>FACULTAD:</b> ADMINISTRACIÓN	<b>CARRERA:</b> Ingeniería Comercial
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2024	<b>N. DE PÁGS:</b> 129
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación comercial y administración	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Plan, negocio, empresa, comercialización, productora, fruta.	
<p><b>RESUMEN:</b></p> <p>El Ecuador es un escenario agricultor atractivo para el desarrollo de planes de negocio, esto debido a las condiciones climáticas y geográficas que existen en el país. Al existir oportunidades potenciales para realizar proyectos que aprovechen los recursos naturales que se encuentran disponibles y estos, a su vez, promuevan y nos garanticen la sostenibilidad de los mismos a corto y largo plazo.</p> <p>En el presente trabajo tuvo como propósito elaborar un plan de negocio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de fruta de Cacao congelada en la empresa PULPA CACAO EXPRESS en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Teniendo en cuenta los principios de la economía circular, para esto se aplicó, una metodología de investigación de tipo descriptivo con trabajo de campo que inicia con un estudio de mercado. Y éste a su vez, seguido de un estudio técnico. Cumpliendo los requerimientos necesarios para la aplicación del modelo de la</p>	

economía circular en el presente plan de negocios y finaliza con un análisis de viabilidad financiera.		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (Web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Ochoa Castro Angela Gabriela	<b>Teléfono:</b> 0996253537	<b>E-mail:</b> gabry.270288@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Mgr. Betty Aguilar Echeverría Teléfono: (04) 2596500 Ext. 201 E-mail: <a href="mailto:baquilare@ulvr.edu.ec">baquilare@ulvr.edu.ec</a>  Master. Carlos Correa González Teléfono: 04) 2596500 Ext. 272 E-mail: <a href="mailto:ccorreag@ulvr.edu.ec">ccorreag@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE SIMILITUD

OCHOA CASTRO

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---



ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

1%

★ fr.slideshare.net

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado Angela Gabriela Ochoa Castro, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, Plan de negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

A handwritten signature in blue ink that reads "Angela Ochoa C." with a stylized flourish at the end.

ANGELA GABRIELA OCHOA CASTRO

C.I. # 092642016-7

-

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR**

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación Plan de negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: Plan de negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada, presentado por el estudiante ANGELA GABRIELA OCHOA CASTRO como requisito previo, para optar al Título de INGENIERA COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

CHRISTIAN XAVIER PROAÑO PIEDRA

C.C. 0918646977

## **AGRADECIMIENTO**

A Jehová Dios, por regalarme la vida, por su guía a lo largo de mi vida y carrera universitaria, por ser mi plaza fuerte en momentos de debilidad y por ofrecerme una vida llena de aprendizaje e innumerables experiencias.

A mi familia, por su gran apoyo incondicional y darme la oportunidad de aprender de ellos y de cada experiencia vivida, de manera especial a mi madre ya que sin ella no hubiese logrado cumplir mi meta.

Gracias a mi esposo e hijo, por su gran apoyo y haber depositado su confianza en mi, comprendiendo los momentos en que mis estudios ocuparon mi tiempo y esfuerzo, siendo un logro conjunto.

A mis docentes, por sus valiosos conocimientos, a mis amigos por siempre estar para darme animos lo cual ha sido una parte primordial para poder culminar esta parte de esta etapa de mi vida.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por haberme brindado la oportunidad de acceder a ella y formarme como profesional.

**Angela Gabriela Ochoa Castro**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo especialmente a Jehová Dios, porque sin Él nada es posible, por haberme brindado la suficiente fortaleza, para poder avanzar y por su guía, por haberme brindado la sabiduría necesaria en los momentos en que la mente se nubla y conocimiento para poder culminar esta etapa muy importante de formación profesional.

A mi madre por su gran apoyo incondicional y comprensión y a todas aquellas personas que me apoyaron incondicionalmente y me brindaron ayuda durante todo este proceso.

**Angela Gabriela Ochoa Castro**

## RESUMEN

El Ecuador es un escenario agricultor atractivo para el desarrollo de planes de negocio, esto debido a las condiciones climáticas y geográficas que existen en el país. Al existir oportunidades potenciales para realizar proyectos que aprovechen los recursos naturales que se encuentran disponibles y estos, a su vez, promuevan y nos garanticen la sostenibilidad de los mismos a corto y largo plazo.

En el presente trabajo tuvo como propósito elaborar un plan de negocio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de fruta de Cacao congelada en la empresa PULPA CACAO EXPRESS en la ciudad de Guayaquil.

Teniendo en cuenta los principios de la economía circular, para esto se aplicó, una metodología de investigación de tipo descriptivo con trabajo de campo que inicia con un estudio de mercado. Y éste a su vez, seguido de un estudio técnico. Cumpliendo los requerimientos necesarios para la aplicación del modelo de la economía circular en el presente plan de negocios y finaliza con un análisis de viabilidad financiera.

**Palabras claves: Plan, negocio, empresa, comercialización, productora, fruta.**



## **ABSTRACT**

Ecuador is an attractive agricultural scenario for the development of business plans, due to the climatic and geographical conditions that exist in the country. As there are potential opportunities to carry out projects that take advantage of the natural resources that are available and these, in turn, promote and guarantee their sustainability in the short and long term.

The purpose of this work was to develop a business plan for the creation of a microenterprise for the production and marketing of frozen cocoa fruit pulp in the PULPA CACAO EXPRESS company in the city of Guayaquil.

Taking into account the principles of the circular economy, a descriptive research methodology with field work that begins with a market study was applied. And this in turn, followed by a technical study. Fulfilling the necessary requirements for the application of the circular economy model in this business plan and ending with a financial viability analysis.

Keywords: Plan, business, company, marketing, producer, fruit.

## ÍNDICE GENERAL

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>3</b>
<b>Enfoque de la propuesta.....</b>	<b>3</b>
1.1. Tema .....	3
1.2. Planteamiento del problema .....	3
1.3. Formulación del problema.....	6
1.4. Sistematización del problema.....	6
1.5. Objetivo general.....	6
1.6. Objetivos específicos.....	6
1.7. Idea a defender.....	7
1.8. Línea de investigación institucional.....	7
<b>Capítulo II .....</b>	<b>8</b>
<b>Marco referencial.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Marco teórico.....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Plan de Negocios.....	8
2.1.2 Análisis competitivo: Modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	9
2.1.3 Cadena de valor.....	11
2.1.4 Cadena de suministro.....	13
2.1.5 Definición de producto.....	15
2.1.6 Diseño del producto.....	16
2.1.7 Mezcla de mercadotecnia.....	16
2.1.8 Ciclo de vida del producto.....	20
2.1.9 Estudio financiero.....	21
<b>2.2. Marco Legal.....</b>	<b>25</b>
2.2.1 Estructura legal de la empresa.....	25
2.2.2 Pasos para la constitución de una empresa.....	26
2.2.3 Obtención de permisos.....	29
2.2.4 Registro de marca.....	31
2.2.5 Registro sanitario.....	31
2.2.6 Obtención del código de barras.....	32
<b>Capítulo III.....</b>	<b>34</b>
<b>Marco metodológico.....</b>	<b>34</b>

3.1.	Enfoque de la investigación.....	34
3.2.	Técnica en instrumentos para obtener los datos.....	36
3.3.	Población y muestra.....	37
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.5.	Recursos: Fuentes, cronogramas y presupuestos para la recolección de datos.....	39
<b>3.6.</b>	<b>Tratamiento de la información: Procesos y análisis.....</b>	<b>40</b>
3.6.1.	Grupo focal.....	40
3.7.	Encuestas.....	44
3.8.	Conclusiones parciales.....	56
<b>Capítulo IV.....</b>	<b>57</b>	
<b>Propuesta o informe.....</b>	<b>57</b>	
<b>4.1. Presentación y análisis de resultado.....</b>	<b>57</b>	
4.1.2	Establecimiento del mercado objetivo.....	61
4.1.3.	Cálculo de la demanda.....	62
4.1.4.	Cálculo de la oferta.....	63
4.1.5.	Cálculo de la demanda objetiva.....	64
4.1.6.	Marketing mix.....	65
4.1.6.1.	Producto .....	65
4.1.6.2.	Plaza.....	68
4.1.6.3.	Precio.....	69
4.1.6.4.	Promoción.....	69
4.1.7.	Análisis FODA.....	71
<b>4.2. Estudio técnico.....</b>	<b>76</b>	
4.2.1.	Descripción del proceso productivo.....	75
4.2.2.	Recepción de materias primas.....	76
4.2.3.	Lavado.....	76
4.2.4.	Extracción de pulpa.....	77
4.2.5.	Pasteurización.....	77
4.2.6.	Envasado.....	78
4.2.7.	Almacenamiento.....	78
<b>4.3. Rendimiento por marzorca de cacao.....</b>	<b>78</b>	
4.3.1.	Rendimiento por despulpadora.....	78

<b>4.4.</b>	<b>Instalaciones a implementarse de producción.....</b>	<b>79</b>
4.4.1.	Tamaño de planta.....	79
4.4.2.	Diseño y distribución de las instalaciones.....	80
4.4.3.	Localización de las instalaciones.....	81
4.4.4.	Selección de equipos y maquinarias.....	82
4.4.5.	Cálculo de la mano de obra.....	83
4.4.5.1.	Mano de obra directa.....	83
4.4.5.2.	Mano de obra indirecta.....	84
<b>4.5.</b>	<b>Estudio organizacional y legal.....</b>	<b>84</b>
4.5.1.	Estructura organizacional.....	84
4.5.2.	Funciones específicas por puestos de trabajo.....	86
4.5.3.	Aspectos legales.....	88
<b>4.6.</b>	<b>Estudio económico.....</b>	<b>88</b>
4.6.1.	Inversión inicial en propiedad, planta, equipos y gastos legales de la microempresa.....	88
4.6.2.	Inversión de capital de trabajo.....	91
4.6.3.	Inversión inicial total.....	93
4.6.4.	Financiamiento.....	93
4.6.5.	Costos directos de producción.....	94
4.6.6.	Gastos de administración.....	101
4.6.7.	Gastos de ventas.....	102
4.6.8.	Gastos financieros.....	103
4.6.9.	Depreciación y amortización de activos fijos.....	103
4.6.10.	Resumen de costos y gastos.....	104
4.6.11.	Ingresos proyectados.....	104
<b>4.7.</b>	<b>Evaluación financiera.....</b>	<b>105</b>
4.7.1.	Estado de resultados proyectados.....	105
4.7.2.	Flujo neto de inversión.....	106
4.7.3.	Punto de equilibrio.....	106
	<b>Conclusiones.....</b>	<b>108</b>
	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>109</b>
	<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>110</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Fuentes primarias y secundarias.....	<b>39</b>
<b>Tabla 2</b> Presupuesto para la recolección de datos.....	<b>39</b>
<b>Tabla 3</b> Cronograma de recolección de datos.....	<b>39</b>
<b>Tabla 4</b> Competencia directa de la pulpa de cacao.....	<b>60</b>
<b>Tabla 5</b> Competencia indirecta de la pulpa de cacao.....	<b>61</b>
<b>Tabla 6</b> Mercado objetivo de la muestra.....	<b>61</b>
<b>Tabla 7</b> Consumo potencial per-cápita de pulpa de cacao congelada.....	<b>61</b>
<b>Tabla 8</b> Proyección de la demanda objetiva del plan de negocios.....	<b>64</b>
<b>Tabla 9</b> Factores de selección por peso asignado.....	<b>81</b>
<b>Tabla 10</b> Factores de selección por peso asignado (2).....	<b>81</b>
<b>Tabla 11</b> Equipos y maquinaria para instalaciones.....	<b>82</b>
<b>Tabla 12</b> Requerimiento de mano de obra para la producción de la pulpa de cacao.....	<b>83</b>
<b>Tabla 13</b> Inversión en propiedad, planta y equipo para producción.....	<b>88</b>
<b>Tabla 14</b> Propiedad planta y equipo para oficinas.....	<b>89</b>
<b>Tabla 15</b> Inversión de gastos pagados por anticipado.....	<b>89</b>
<b>Tabla 16</b> Inversión en propiedad, planta y equipo y gastos legales.....	<b>90</b>
<b>Tabla 17</b> Estado de situación inicial.....	<b>92</b>
<b>Tabla 18</b> Producción de pulpa de fruta por tamaño.....	<b>94</b>
<b>Tabla 19</b> Producción en litros de pulpa de la fruta del cacao por tamaño.....	<b>94</b>
<b>Tabla 20</b> Costo de materia prima.....	<b>96</b>
<b>Tabla 21</b> Costos de envases y embalajes.....	<b>96</b>
<b>Tabla 22</b> Costos de materiales para producción de pulpa de frutas .....	<b>96</b>
<b>Tabla 23</b> Sueldos y salarios de todos los colaboradores de la Empresa Pulpa Cacao express S.A. ....	<b>98</b>
<b>Tabla 24</b> Presupuesto de producción.....	<b>100</b>
<b>Tabla 25</b> Gastos de administración 1.....	<b>101</b>
<b>Tabla 26</b> Gastos de administración 2.....	<b>101</b>
<b>Tabla 27</b> Tabla de amortización.....	<b>102</b>
<b>Tabla 28</b> Costo por depreciación.....	<b>102</b>
<b>Tabla 29</b> Costo y gastos totales.....	<b>103</b>

<b>Tabla 30</b> Costo unitario de producción.....	<b>103</b>
<b>Tabla 31</b> Ingresos proyectados 1 .....	<b>104</b>
<b>Tabla 32</b> Ingresos proyectados 2 .....	<b>104</b>
<b>Tabla 33</b> Estado de resultados con financiamiento sin inflación .....	<b>104</b>
<b>Tabla 34</b> Flujo del inversionista .....	<b>105</b>
<b>Tabla 35</b> Cálculo del punto de equilibrio .....	<b>104</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Contenido del plan de negocios 1.....	9
<b>Figura 2</b>	Contenido del plan de negocios 2.....	9
<b>Figura 3</b>	Contenido del plan de negocios 3.....	11
<b>Figura 4</b>	Proceso de la cadena de suministros.....	9
<b>Figura 5</b>	Proceso de la cadena de suministros.....	15
<b>Figura 6</b>	Mezcla de mercadotecnia, marketing mix.....	9
<b>Figura 7</b>	Ciclo de vida del producto.....	9
<b>Figura 8</b>	Estructura como hacer un plan financiero.....	9
<b>Figura 9</b>	Encuestas.....	43
<b>Figura 10</b>	Encuestas.....	43
<b>Figura 11</b>	Encuestas.....	44
<b>Figura 12</b>	Encuestas.....	44
<b>Figura 13</b>	Encuestas.....	45
<b>Figura 14</b>	Encuestas.....	46
<b>Figura 15</b>	Encuestas.....	46
<b>Figura 16</b>	Encuestas.....	47
<b>Figura 17</b>	Encuestas.....	48
<b>Figura 18</b>	Encuestas.....	48
<b>Figura 19</b>	Encuestas.....	49
<b>Figura 20</b>	Encuestas.....	50
<b>Figura 21</b>	Encuestas.....	50
<b>Figura 22</b>	Encuestas.....	51
<b>Figura 23</b>	Encuestas.....	52
<b>Figura 24</b>	Encuestas.....	52
<b>Figura 25</b>	Encuestas.....	53
<b>Figura 26</b>	Encuestas.....	54
<b>Figura 27</b>	Encuestas.....	54
<b>Figura 28</b>	Encuestas.....	55
<b>Figura 29</b>	Encuestas.....	58
<b>Figura 30</b>	Cacao nacional e híbrido CCN-51 1.....	59
<b>Figura 31</b>	Cacao nacional e híbrido CCN-51 2.....	60
<b>Figura 32</b>	Logotipo microempresa Pulpa Cacao Express.....	66

<b>Figura 33</b>	Envases microempresa Pulpa Cacao Express 1.....	<b>66</b>
<b>Figura 34</b>	Logotipo microempresa Pulpa Cacao Express 2.....	<b>66</b>
<b>Figura 35</b>	Logotipo microempresa Pulpa Cacao Express 3.....	<b>67</b>
<b>Figura 36</b>	Logotipo microempresa Pulpa Cacao Express 4.....	<b>67</b>
<b>Figura 37</b>	Logotipo microempresa Pulpa Cacao Express 5.....	<b>67</b>
<b>Figura 38</b>	Canales de distribución.....	<b>68</b>
<b>Figura 39</b>	Modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	<b>72</b>
<b>Figura 40</b>	Diagrama de flujo del proceso para pulpa de fruta de cacao.....	<b>74</b>
<b>Figura 41</b>	Distribución interna de las instalaciones de la planta.....	<b>79</b>
<b>Figura 42</b>	Organigrama de la empresa Pulpa Cacao Express.....	<b>85</b>



## INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país con un índice alto en estadísticas de emprendimientos en Latinoamérica situándose entre los primeros lugares, esto se da debido a que los los ecuatorianos tratan de buscar nuevas oportunidades para generar ingresos.

Desde el año 2020 un año muy difícil para muchos debido a la pandemia, no solo en Ecuador sino a nivel mundial, incremento el comercio informal como una manera de generar ingresos ya sea por falta de empleos o tratar de tener una estabilidad económica.

Hoy en día los emprendedores informales creen que está bien mantener la informalidad como parte del proceso de crecimiento, muchos esperan llegar a tener a clientes fijos para en un futuro poder formalizar.

Actualmente la pequeña, mediana y las grandes industrias procesadoras de cacao (*Theobroma cacao* L.), del Ecuador, se ven en la necesidad de cambiar el rumbo y la forma de entender los procesos desde la recolección de la mazorca, con el fin de poder garantizar que los procesos involucrados y que estos se integren cada vez más en la búsqueda de la sostenibilidad de los mismos y esto lleva a la conclusión que hay que encontrar procesos y tecnologías que puedan integrar a los mal llamados desperdicios dentro de la industria tal como es la PULPA DEL CACAO. Aquí es donde la investigación toma forma con el inicio del desarrollo de nuevas oportunidades no solo para la gran industria sino también para el pequeño procesador.

Uno de los objetivos de este proyecto es realizar una investigación de mercado para poder diseñar un plan de trabajo para poder producir y comercializar el mucílago del cacao, de manera congelada como fruta, ya que esta materia prima en nuestro país es desaprovechada y desechada, a veces por desconocimiento, otros cacaoteros porque no cuentan con las máquinas y herramientas adecuadas y necesarias para poder aprovechar la pulpa del cacao, la misma que incluso tiene beneficios para la salud. De manera general el proceso del cacao conlleva la cosecha, retiro de la cáscara y la pulpa o mucílago,

para luego ser sometido a un proceso de proceso de desaguado antes o durante el proceso de fermentación y aquí se obtiene el residuo que se lo conoce como pulpa de cacao que para muchos no es de mucho interés al ser considerado desperdicio dentro de la industria. Sin embargo, el interés de la investigación se ha centrado en este residuo por la presencia de beneficios y compuestos funcionales y antioxidantes que hoy en día son de gran utilidad dentro de la Agroindustria en otros países tales como: Colombia, Costa Rica, Perú y Brasil se utiliza como materia prima para producir otros productos tales como: biocombustibles, pesticidas, mermeladas, jaleas, néctares, vinos, etc.

El objetivo principal fue evaluar el mucílago de la pulpa del cacao y la capacidad antioxidante en las variedades de cacao existentes tales como ( *Theobroma cacao* L. ) Clon-CCN-51 y Nacional con el fin de lograr la constitución de la microempresa legalmente y así poder formalizar y poder llegar a trabajar según como lo dictan las leyes ecuatorianas, afiliando al personal al IESS, los mismos recibirán una remuneración mensual acorde a sus labores como les corresponde y así poder crecer en el mercado local, para a futuro poder Dios mediante extendernos si fuese posible a nivel internacional.

# CAPÍTULO I

## ENFOQUE DE LA PROPUESTA

### 1.1. Tema

Plan de negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada.

### 1.2. Planteamiento del Problema:

El cacao es una fruta de origen tropical que proviene del árbol de cacao o cacaotero, su nombre científico es Theobroma L. El árbol del cacao es originario de la Amazonía, América del Sur, de donde se extendió a América Central. La historia del cacao se desarrolla en Centroamérica hace más de 2500 años. Cacao su palabra proviene de la lengua indígena Maya CAC que tiene como significado rojo, por el color de la mazorca, CAU significa fuerza y fuego. Los antepasados mayas tenían por creencia que el árbol del cacao era un regalo del Dios Quetzalcóatl o Serpiente emplumada.

Al desarrollar el comercio, los mayas usaron semillas de cacao como moneda.

A la llegada de los españoles hace más de 500 años, el cacique Moctezuma presentó a Hernán Cortés, una bebida hecha con agua fría y semillas de cacao tostadas y molidas. La bebida era aromática, agradable y amarga, muy apreciada como reconstituyente que daba fuerza a las personas que la bebían.

Desde ese momento empezó a surgir la industria del cacao y esa demanda de la industria ha llevado a otros países a convertirse en productores de cacao.

A nivel mundial, el cacao es un producto muy apetecible, exquisito, que generalmente sirve para fabricar los famosos chocolates que son de consumo masivo a nivel mundial. Sin embargo, la pulpa del cacao, al igual que otros derivados del cacao, es desechada debido al desconocimiento de las personas,

sin saber que la misma contiene propiedades y beneficios medicinales. La pulpa del cacao o también llamada mucílago del cacao, la misma que posee un alto contenido nutricional y medicinal puede ser utilizada para la creación de una gran variedad de productos. Incluso en Países como Colombia, Costa Rica, Perú y Brasil se utiliza como materia prima para producir otros productos tales como: biocombustibles, pesticidas, mermeladas, jaleas, néctares, vinos, etc. En Ecuador, la producción de mucílago o pulpa de cacao es desechada por falta de conocimiento de sus propiedades y beneficios, la cual podrían aprovechar e incluso esto podría generar nuevas plazas de trabajo con la creación de nuevos productos y aumentar incluso el ingreso de los agricultores.

La pulpa o mucílago del cacao es de color blanco que recubre los granos del cacao y es rico en nutrientes.

El cacao, al ser considerado una fruta endémica y que a la vez resulta medicinal para el cuerpo humano por las propiedades y beneficios que se obtienen. Es rico en hidratos de carbono y proteínas, también contiene magnesio, fósforo, potasio, teobroma, cafeína, antioxidantes y agua, entre otros.

Es un fantástico antioxidante ayuda a reducir el estrés, ayuda en la retención de líquidos, mejora la salud de la piel, activa la circulación sanguínea, aporta calcio, ayuda al correcto funcionamiento del hígado, ayuda a mantener saludable el cerebro y también aporta energía.

Así podemos decir que el cacao es una fruta con muchas propiedades beneficiosas para la salud.

Pulpa Cacao Express es una empresa que se dedicará a la comercialización de pulpa de fruta a nivel nacional, la misma que funcionará en la ciudad de Guayaquil.

Pulpa Cacao Express comercializará pulpas de frutas en diferentes tamaños y sabores dependiendo al mercado que va dirigido.

Presentación de 450 gramos dirigido al mercado doméstico comercializando pulpas de frutas como: pulpa de cacao más fresas, pulpa de cacao más maracuyá, pulpa de cacao más mora, pulpa de cacao más naranjilla, pulpa de cacao mora, pulpa de cacao más maracuyá, pulpa de cacao más naranjilla.

Presentación de 100 gramos dirigido al mercado empresarial comercializando pulpas Pulpa de Cacao y mixes saludables de pulpas de frutas tales como: pulpa de cacao más fresas, pulpa de cacao más maracuyá, pulpa de cacao más mora, pulpa de cacao más naranjilla, pulpa de cacao mora, pulpa de cacao más maracuyá, pulpa de cacao más naranjilla.

En el Ecuador el problema radica por desconocimiento de la fruta acerca de las propiedades y/o beneficios que está brinda al consumirla.

Hoy en día podemos observar algunas de las enfermedades que afectan a la salud de los ciudadanos Guayaquileños, tales como la hipertensión, problemas cardiovasculares (problemas del corazón), procesos respiratorios, entre otros, los mismos que lideran datos estadísticos y según investigaciones del Ministerio de Salud Pública (MSP) y el INEC, el cacao pudiese contribuir a la disminución de estas enfermedades que se originen a causa de malos hábitos alimenticios.

La pulpa de fruta del cacao es una fuente natural de magnesio y potasio.

Según estudios realizados catalogan al cacao como un superalimento, ya que es capaz de actuar como vasodilatador. Ayudando en el control de la presión arterial, cuida el corazón, regula el ritmo cardíaco, proporciona energía, tiene efectos antiinflamatorios y previene la diabetes tipo 2.

El producto asegura que las vitaminas de la pulpa de la fruta del cacao estén intactas en el producto sin alterarse.

De hecho, se ha elegido los principales sabores frutales para mixes saludables como: la mora, las fresas, maracuyá y naranjilla. Las cuales se complementan y hacen una función nutritiva, deliciosa y refrescante.

### **1.3. Formulación del Problema:**

¿Qué se necesita para viabilizar la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de fruta de cacao congelada?

### **1.4. Sistematización del problema:**

¿Cómo se podría determinar la demanda que tendrá la pulpa de cacao congelada en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuáles son las estrategias que ayudarán a posicionar a la empresa en el mercado?

¿Qué recursos se deben destinar para la creación de la microempresa?

¿Cuál sería la forma de producción eficiente para la elaboración de la pulpa de cacao congelada y los mixes?

### **1.5. Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada.

### **1.6. Objetivos Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado que permita estimar la demanda potencial de producción y comercialización de pulpa de fruta de cacao congelada en la ciudad de Guayaquil.
- Realizar un estudio técnico desde el enfoque de economía circular orientado a la producción y comercialización de pulpa de fruta de cacao congelada.
- Definir la estructura organizacional a partir del modelo de producción de pulpa de fruta congelada.

- Elaborar el presupuesto financiero del proyecto.

### **1.7. Idea a Defender**

El diseño de un plan de negocio permitirá la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada.

### **1.8. Línea de Investigación Institucional / Facultad.**

Dominio 1: Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.

Línea institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Línea de la facultad: Marketing, comercio y negocios locales.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Marco Teórico:

##### *2.1.1. Plan de Negocios*

El plan de negocios es un plan adaptable, renovable y modificable con el tiempo. Es decir, de acuerdo a las respuestas y los resultados que se vayan presentando, va a ir permitiendo reajustar y modificar los recursos de las microempresas para definir nuevas alternativas que faciliten al empresario aproximarse a la meta.

El plan de negocios permite reunir los esfuerzos de cada area del negocio, hasta el logro de los objetivos, dando una percepción completa y acorde del mismo.

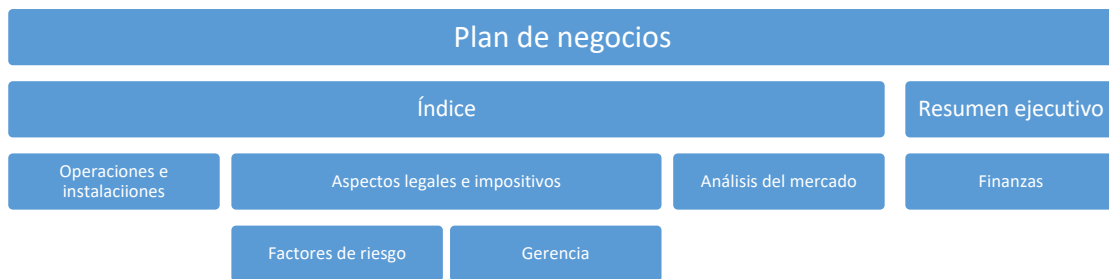
Esto permitira tener mejores resultados y ser mucho más eficaces y eficientes.

Podemos decir que el plan de negocios es una herramienta que ayuda a tomar decisiones correctas de manera profesional, son una excelente herramienta para los emprendedores y empresarios, ya que facilita los pasos a seguir, es relevante mencionar que los planes de negocios deben ser distintos para cada empresa o microempresa y de acuerdo al giro del negocio, ya que cada negocio tiene y posee ideas diferentes y estas deben ajustarse para poder emplearlas de acuerdo al giro del mismo.



**Figura 1**

Contenido del plan de Negocios



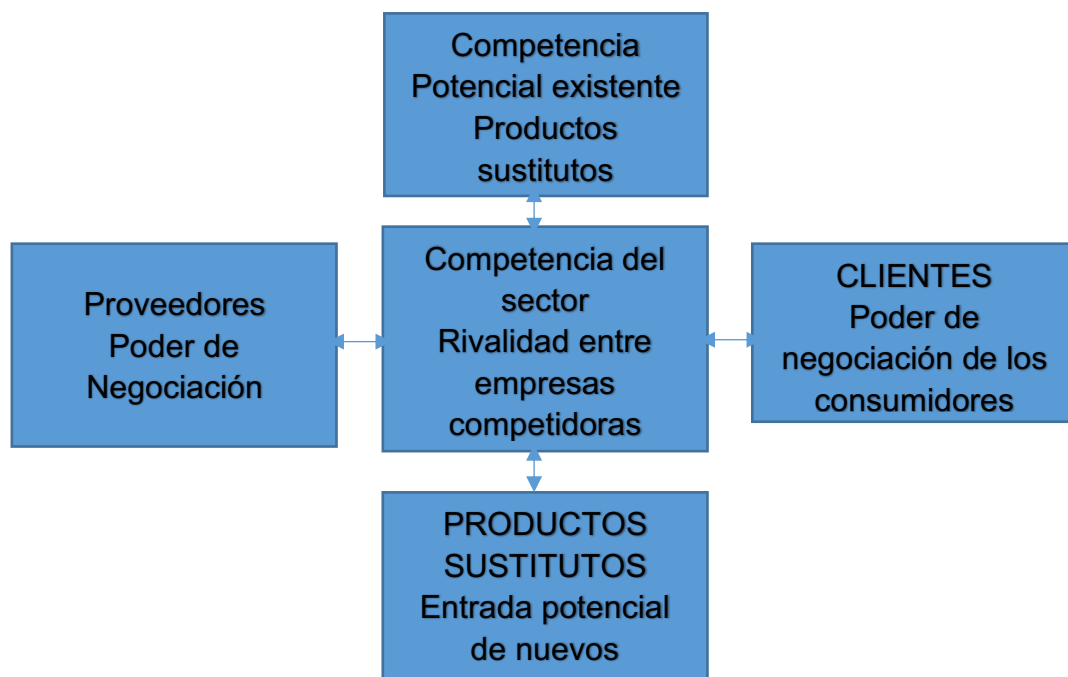
Fuente: Fred. (2013)

### 2.1.2. Análisis competitivo: Modelo de las 5 fuerzas de Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es un enfoque que se utiliza para desarrollar estrategias en muchas empresas. Fue desarrollada por Michael Porter en 1980, en donde indica que la rivalidad entre empresas existentes es grande y que los nuevos competidores rivales, pueden entrar en la industria con facilidad. Y que tanto clientes como proveedores tienen cierto poder en las negociaciones.

**Figura 2**

Contenido del plan de Negocios



Fuente: Fred. (2013)

## **Las fuerzas competitivas se analizan de la siguiente forma:**

**Rivalidad entre empresas competidoras / competencia potencial:** Se conoce como una de la más poderosa de las 5 fuerzas de Porter, ya que hace mención a la rivalidad que hay entre empresas que compiten en un mismo sector de la industria. La rivalidad se podría analizar de acuerdo a la implementación de las estrategias con el fin de llevar a cabo una estrategia que se base en aprovechar las debilidades de la competencia existente.

**Entrada potencial de nuevos competidores:** Es utilizada para la detección de nuevas empresas con las mismas características que ofrecen productos similares en el mercado actual. La intensidad de la competitividad crece al ingresar a un nuevo mercado, por lo que existen también diferentes barreras contra el ingreso al mismo. Por lo que les es más difícil lograr una economía a escala de manera rápida, incluso en la obtención de tecnología, acceso a las materias primas y ubicaciones no tan bien establecidas, etc.

En fin esta estrategia tiene como prioridad vigilar a las compañías u empresas rivales y fructificar las fortalezas y oportunidades existentes.

**Desarrollo potencial de productos sustitutos:** Aquí las empresas empiezan a tener muchas dificultades cuando los sustitutos de los productos son reales, eficientes e incluso hasta más económicos que el que vende inicialmente, esto hace que las empresas empiecen a bajar sus precios, lo que conlleva a una reducción considerable de ingresos a nivel empresarial.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Aquí debe existir comunicación clara y directa entre proveedores y clientes para que ambos se beneficien y así puedan ayudarse el uno al otro considerando algunos factores tales como: precios razonables, mejor calidad, realizando entregas a tiempo, implementando incluso nuevos servicios y reduciendo costos de inventario y así mejoran ambos su rentabilidad a corto y largo plazo.

- **Poder de negociación de los consumidores:** Aquí sobresalen algunos factores, cuando los clientes comprar por volumen o lotes, lo que representa una importante fuerza. Si el poder del consumidor es realmente fuerte, las compañías rivales tratarían de responder con ofertas, ofreciendo garantías extendidas para conseguir más clientes.

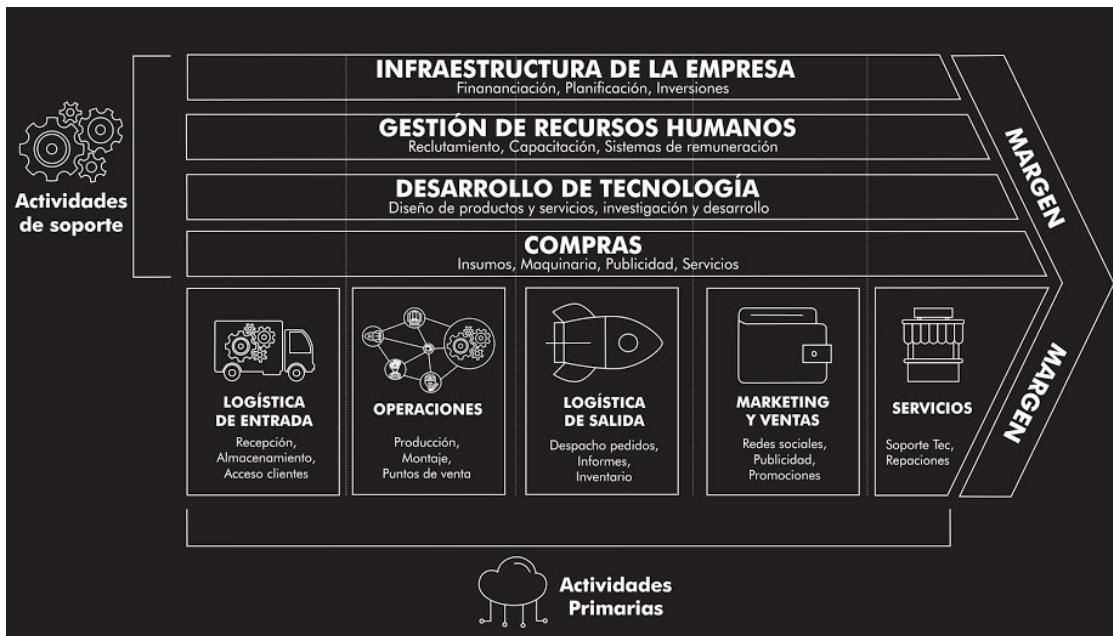
### 2.1.3. Cadena de Valor

Porter, (1980); como su nombre lo indica la cadena de valor es una herramienta de análisis que permite analizar y ver la parte interna de la compañía que va en busca de una ventaja competitiva en cada una de las actividades que se realizan.

Porter indica que por ser un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una empresa generará valor al producto final.

**Figura 3**

*Contenido del plan de Negocios*



Fuente: Fred. (2013)

La cadena de valor es capaz de dar a conocer el valor total y consiste en las actividades de valor y margen. A continuación se presentan algunas definiciones claves para el entendimiento de cada concepto:

- **Margen:** Es la diferencia entre el valor total y el costo estas desempeñan actividades de valor.
  
- **Actividades de valor:** Son las diferentes actividades que realiza una empresa y se dividen en dos grandes tipos:
  - **Actividades primarias:** Implican la elaboración física de productos, venta, post venta y distribución al consumidor final, las cuales se dividen en cinco categorías.
    - **Logística de entrada:** Trata sobre proceso en que se gestiona la materia prima cuando se recibe, almacena y distribuye para luego proceder a la elaboración del producto.
    - **Operaciones:** Proceso que comienza en la toma de materia prima transformándola en producto final.
    - **Logística de salida:** Esta actividad es cuando el producto terminado sale de la planta de producción y es entregado a los distribuidores o consumidores finales.
    - **Mercadeo y ventas:** Actividades de marketing y ventas en donde se hace publicidad al producto, esto se debe realizar con el debido control en los gastos que eso implica, obteniendo las ventas esperadas y reduciendo gastos.
    - **Servicio de post venta:** Es la actividad que debe cubrir el valor del producto después de su venta.
  
- **Actividades de soporte:** Son las actividades principales del negocio, que se detallan a continuación:

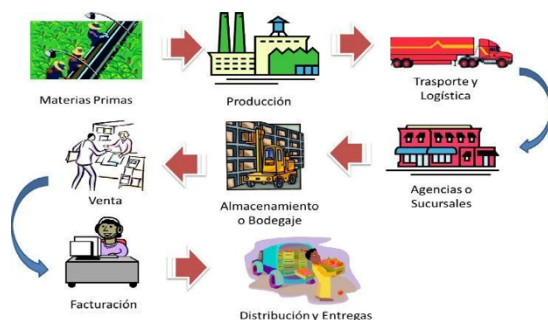
- **Compras:** Es la adquisición de la materia prima en cuanto a la cantidad, calidad y precio conveniente para elaborar el producto final y mantener un correcto funcionamiento del negocio.
- **Desarrollo de la tecnología:** Es una de las actividades más importantes, ya que esta permite al negocio competir donde implica conocimiento y capacitación en el proceso de producción e incluye el desarrollo, diseño y mejora del producto.
- **Recursos Humanos:** Esta área es la encargada de analizar, evaluar y controlar los Recursos Humanos de una empresa.
- **Infraestructura y sistemas:** Es la encargada de involucrar a las áreas de administración, finanzas y sistemas de información, ámbito legal a los que debe someterse una empresa, esta actividad no está asociada a ninguna de las actividades primarias antes mencionadas, sino que se encarga de dar apoyo a la cadena completa en general.

#### 2.1.4. Cadena de Suministro

La cadena de suministro esta conformada por todas las actividades desde la preparación del producto hasta la distribución del mismo, para su venta final, es decir esta conformada por las partes involucradas de manera directa o indirecta en la solicitud de satisfacción del cliente.

**Figura 4.**

*Proceso de la cadena de suministros*



**Fuente:** CONCEPTODEFINICION.DE. (2015)

Esta cadena no incluye solamente al fabricante y al proveedor, también a otras ramas tales como: transportistas, almacenistas, vendedores a detalle, incluso a los mismos clientes.

- La cadena de suministro está conformada por tres partes:
  - El suministro
  - La fabricación
  - La distribución
  
- **El suministro:** Se refiere a cómo, dónde y cuándo se puede conseguir y/o suministrar la materia prima para la fabricación.
  
- La fabricación realiza el proceso de conversión de la materia prima en productos terminados.
  
- La distribución se encarga de que el producto terminado llegue a los consumidores finales a través de una red de distribución.

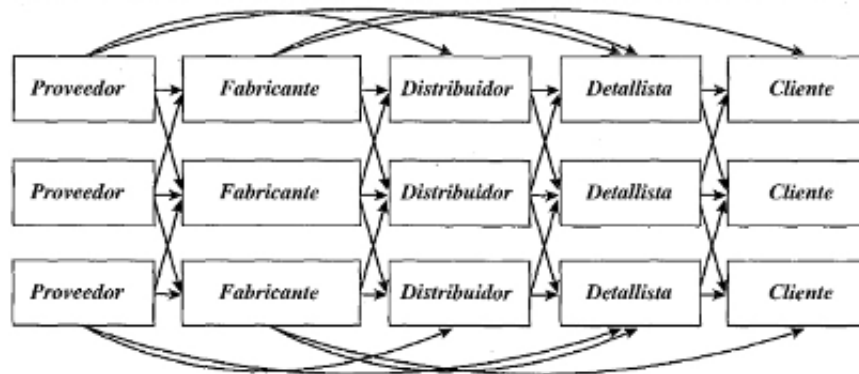
***Objetivos de la cadena de suministro:***

- Promover oportuno y adecuado servicio al consumidor final
- La entrega de los productos en forma, calidad y en tiempo.
- Capacidad de entrega a la diversidad de productos.
- Balance adecuado

Para Sunil Chopra y Peter Meindl, en el libro de Administración de la cadena de suministro, (2008); esta cadena puede abarcar varias etapas que incluyen clientes, detallistas, mayoristas o distribuidores, fabricantes, proveedores y materias primas.

**Figura 5**

*Proceso de la cadena de suministros*



**Fuente:** Chopra, Meindl, (2008)

### **2.1.5. Definición de producto**

Según Patricio Bonta y Mario Farber en **199 preguntas sobre Marketing y Publicidad** indica que “ El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos ”.

Los productos objetos de marketing pueden dividirse en: productos físicos, servicios, personas, lugares, instituciones e ideas.

Producto es algo que puede ser ofrecido a un mercado con la finalidad de que se le preste atención, sea adquirido, utilizado o consumido con el objeto de satisfacer un deseo o una necesidad.

### **2.1.6. Diseño del producto**

El diseño del producto es una de las etapas más cruciales para la supervivencia de las empresas. Ya que este al ser un pre – requisito para la producción, el resultado de la toma de decisiones del diseño del producto, que se tomen en esta fase afectan en mayor parte a los materiales, la calidad, el costo, los procesos, el empaque, la logística; al ser relacionados para el mismo.

Incluso se debe tomar muy en cuenta como se procesará el producto cuando se deseche.

Según Heizer Jay y Render Barry, (2009); durante el diseño uno de los objetivos es incorporar una visión integral en el mismo, para reducir el impacto ambiental.

El diseño del producto la mayoría de compañías deben revisarlas constantemente, las industrias que cambian constantemente con rapidez, la introducción de productos es una forma de vida, aunque existen muy pocas que experimentan pocos cambio en sus productos.

### **2.1.7. La Mezcla de Mercadotecnia-Marketing Mix**

Según Kotler Philip y Armstrong Gary, (2003); en la página 63 en el libro de “Fundamentos de Marketing”, determinan a la mezcla de mercadotecnia como, “conjunto de herramientas estratégicas controlables de mercadotecnia que la empresa junta para producir una respuesta aspirada en el mercado meta”.

Esta mezcla es también conocida en inglés como Marketing Mix y son parte de las estrategias que implementan muchas empresas para llegar al mercado con un producto o servicio haciendolo atractivo y que este a su vez pueda satisfacer las necesidades de los consumidores.

En la década de los 60´el Dr. Jerome McCarthy, ganador del premio Traibalzer de la American Marketing Asociation; clasificó el concepto de las 4 P´s que al día de hoy es utilizada para llevar a cabo las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia.



**Figura 6**

*Mezcla de mercadotecnia, Marketing mix*



**Fuente:** Fundamentos del marketing/ Directorio temático de marketing y comercialización, (2021)

- **Producto:** bien o servicio que una empresa ofrece a sus clientes para satisfacer sus necesidades.

La definición de producto puede ser un bien tangible o como un bien intangible, es decir, tangible como una mesa es decir que se puede tocar, palpar e intangible como un servicio de mantenimiento de aire acondicionado que no se puede tocar, pero si se puede ver.

El producto tiene atributos tangibles e intangibles que cosan de características que lo hacen agradable a la vista del consumidor, aquellas como empaque, color, precio y calidad, y marca otros adicionales como el servicio postventa, etc.

Las variables de un producto son las que se mencionan a continuación:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Característica

- Marca
- Envase
- Servicios
- Garantías

- **Precio:** es el valor que tiene el bien o servicio y por el que los consumidores se ven obligados a pagar al momento de adquirir o consumir el producto ya que este logra cubrir alguna necesidad existente, el precio representa ingresos para la empresa, las demás solo generan egresos.

Las variables del precio son:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Periodo de pago
- Condiciones de crédito

- **Plaza:** Es la forma en la empresa debe tener como realizar la distribución para que el producto llegue en excelentes condiciones al consumidor final, esta permite que los productos estén disponibles en el momento y lugar adecuado cuando exista la necesidad para el cliente.

Las variables de la plaza son:

- Canales
- Cobertura
- Ubicación
- Inventario
- Transporte
- Logística

- **Promoción:** Es la publicidad que se le da o realiza a un bien o servicio mediante difusión en diferentes medios de comunicación, redes sociales, etc y de esta manera hacerlo conocer.

Las variables de promoción son:

- Publicidad
- Venta personal
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- Telemarketing
- Propaganda

Mencionada la amplitud, complejidad y riqueza del marketing, actualmente esas cuatro Ps ya no son todo lo que hay hoy en día, al haberlas renovado para que evidencien el concepto del marketing holístico, se llegó a un grupo representativo, en donde abarca las realidades modernas del marketing que son: personas, procesos, programas y performance.

- **Personas:** Aquí refleja parcialmente el marketing interno en donde se demuestra que los empleados son parte primordial para el éxito del marketing y de la empresa en general, esto no solo es adecuado sino que también refleja el hecho de que los especialistas en marketing puedan ver a los consumidores como personas auténticas para entender un poco así de manera más amplia su vida, y no solamente cuando se busca comprar o consumir productos y/o servicios.
- **Proceso:** Aquí se puede reflejar toda la creatividad, disciplina y estructura que incluye a la dirección del marketing. En donde deben afirmar que las ideas del

marketing y conceptos avanzados realizan un rol adecuado en todo lo que se hace.

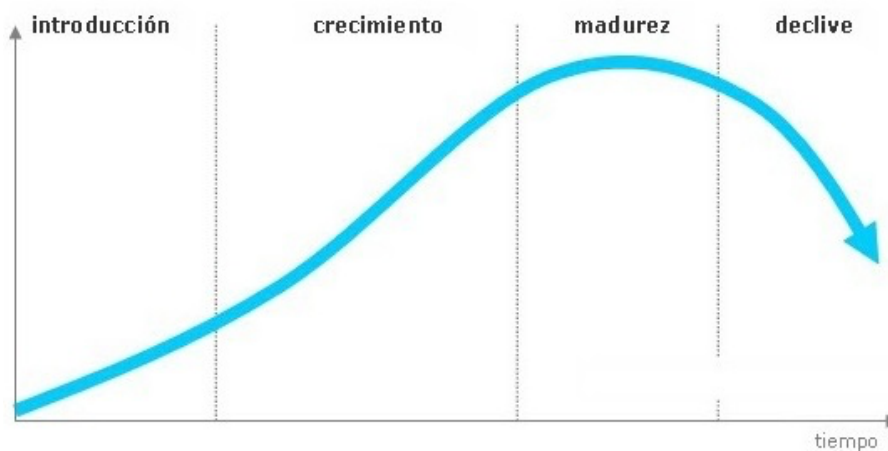
- **Programas:** Reflejan todos los movimientos de la empresa que se dirigen al consumidor.
- **Performance:** Se define, con el marketing holístico, como el hecho de tomar el rango de diferentes posibles medidas y resultados que tienen implicaciones financieras y no financieras, tales como son: la rentabilidad, el capital de clientes, marca e implicaciones más allá de la empresa, incluyendo la responsabilidad social, legal, ética y comunitaria.

Podemos decir que las nuevas cuatro Ps se aplicarían a todas las ramas dentro de las empresas y al pensar de esa manera, los directivos se alinean más con el resto de la empresa.

### 2.1.8. Ciclo de vida del producto

**Figura 7**

*Ciclo de vida del producto*



**Fuente:** Below The Line, Noticias Diarias Oct/2017

El ciclo de vida del producto cuenta con 4 etapas que son:

- Introducción
  - Crecimiento
  - Madurez
  - Declive
- 
- **Introducción:** El producto entra por primera vez al mercado, al principio las ventas suelen ser bajas porque aún no hay una aceptación del producto y se desconoce la información del mismo.
  
  - **Crecimiento:** Aquí el producto sobrevive a la primera etapa de introducción, las ventas empiezan aumentar porque el producto o servicio está satisfaciendo las necesidades de los consumidores.
  
  - **Madurez:** El producto en esta etapa está posicionado en el mercado, por lo cual los beneficios son altos, aquí las ventas se reducen pero se mantiene estable en el mercado.
  
  - **Declive:** Las ventas empiezan a caer de manera considerable, las ventas bajan y el producto se empieza a preparar para salir del mercado porque se encuentra saturado. Usualmente la causa suele ser por obsolescencia.

### 2.1.9. Estudio Financiero

El estudio financiero es el que decide de manera cuantitativa y monetariamente el costo de cada operación de un proyecto y este a su vez permite evaluar su rentabilidad y la recuperación de la inversión en el tiempo.

El estudio financiero nos permite conocer si un proyecto es viable o no para un plan de negocios y así poder determinar si se lo lleva a cabo o no.

Las finanzas según Gitman y Zutter, (2007) es el arte y la ciencia de administrar dinero, y el ser humano, enmarcando en el ser como persona económicamente activa que recibe dinero, lo gasta y/o lo invierte.

Un plan financiero proporciona y da a conocer las responsabilidades que se debe mantener para cumplir con el compromiso que se tendrá con la entidad que ayudará en la financiación del proyecto o negocio, usualmente serán las entidades bancarias y los socios.

Se deberá tener en cuenta algunos puntos importantes:

- ¿ El negocio será viable ?
- ¿ Cuánto financiamiento necesita el proyecto o negocio?
- ¿ Qué tipo de financiamiento será el adecuado ?
- ¿ Quién o quienes financiarán el negocio ?

**Figura 8**

*Estructura Cómo hacer un Plan Financiero*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

- **Financiamiento del proyecto**

El financiamiento del proyecto son los recursos materiales o financieros para realizar el proyecto, si nos referimos a la cuantificación monetaria que va a permitir la realización del mismo.

Se entiende que la financiación del proyecto es la forma en que se financiará al inicio de una actividad económica, ya sea mediante instituciones financieras o por inversión de los socios.

- **Activos**

Según NIC / NIFF los activos son recursos controlados por la empresa, como resultado de sucesos pasados de los que se esperan tener beneficios económicos a futuro. (NIIF 2016)

- **Estado de resultado**

Estado de resultado es la información financiera plasmada en reportes de un periodo determinado donde se refleje de manera detallada los ingresos obtenidos, los costos y gastos, indicando la utilidad o pérdida que ha generado la empresa en el periodo para analizar la información y luego tomar decisiones de negocio (Castro, 2015)

- **Punto de Equilibrio**

Este indicador es de vital importancia para la gestión del negocio, porque aporta con información importante del estado en el que se encuentra la empresa y para esto hay que saber reconocer los costos y gastos fijos, variables y las ventas.

- **Flujo neto de efectivo**

El flujo neto de efectivo especifica a detalle los ingresos y gastos de dinero en efectivo que se dan en un periodo determinado ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

Al producirse gastos menores que los ingresos, el flujo de efectivo será positivo e incrementará su patrimonio; caso contrario, si los gastos son superiores al ingreso, el flujo e efectivo será negativo. Lo que lleva a la conclusión de que el patrimonio no fue bien utilizado y el proyecto no es sostenible en el tiempo y se debe exigir que se tome prontas decisiones ( Pateiro, 2016 )

- **Evaluación financiera**

La evaluación financiera es una investigación que ayuda a inspeccionar, el flujo de fondos y los riesgos, con el propósito de resolver una eventualidad en el rendimiento de la inversión del proyecto. Lyn O'Neil, (2018)

- **VAN**

Valor actual neto ( VAN ) es un indicador financiero que ayuda a determinar si el proyecto es viable. Tras la medición de flujos de los futuros ingresos y egresos descontando la inversión inicial, queda ganancia el proyecto es viable.

Cuando la VAN es mayor a 0 significa que el proyecto es rentable. Santa Cruz, (2017)

- **TMAR**

Tasa mínima atractiva de retorno, TMAR es el porcentaje que lo determina la persona que va a invertir en el proyecto, y se usa como referencia para determinar si el proyecto podría generar ganancias o pérdidas, mediante las siguiente formula. Slim, (2015)

**TMAR= Tasa de inflación + riesgo de la inversión**



## **2.2 Marco Legal:**

Para la formalización del negocio se debe determinar el tipo de empresa, en este caso se constituirá como Sociedad Anónima ya que permite obtener colaboración económica de una ganancia ( dividendos ) razonables entre los socios.

### **2.2.1. Estructura legal de la empresa**

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por las aportaciones de los accionistas que corresponden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. Ley de Compañías, (2014); pág. 27

La sociedad anónima está regulada a partir del Art. 143 de la ley de Compañías.

La sociedad anónima se debe constituir mínimo con dos accionistas, la ley no exige un máximo. Los accionistas responden por el aporte de cada uno cumplido y una vez adquiridas las acciones son de entera responsabilidad y responden por las mismas. Buri, Matute. (2013)

Cada accionista responde únicamente por el monto de sus acciones.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que previa Resolución aprobatoria de la Super de compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, la compañía estará como existente y personería jurídica desde el momento de la inscripción.

El capital está constituido por los aportes de los accionistas. El mismo debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante un notario público y legalizado.

El capital autorizado no podrá exceder al doble del capital suscrito.

El monto del capital mínimo, será el que determine la Superintendencia de Compañías ( 800,00 USD actualmente ).

El capital se debe expresar en dólares de los Estados Unidos de América.

### **2.2.2. Pasos para la constitución de una empresa**

1. **Reservar un nombre.** Este trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías y se verifica que no exista ninguna empresa con el mismo nombre con el cual se quiera registrar a la empresa actual, incluso la superintendencia le da posibles opciones a escoger, si no desea ninguno le toca escoger, buscar y verificar que este no exista.

2. **Elaborar los estatutos.** Es el contrato social que guiará a la sociedad y se hace válido mediante firma de abogado.

3. **Abrir una “cuenta de integración de capital”.** Se la realiza en cualquier banco del país. Los requisitos pueden variar dependiendo del banco; y pueden ser:

- Capital mínimo: \$800,00 dólares americanos para compañía anónima.
- Carta de los socios en la que se detalla la participación de cada uno de ellos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada una de los socios.

- Solicitar “certificado de cuentas de integración del capital”.

4. **Elevar a escritura pública.** Asistir donde un notario público e ir con la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración del capital y la minuta junto con los estatutos.

5. **Aprobar el estatuto.** Ir con la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su respectiva revisión y aprobación mediante resolución.

6. **Publicar en un diario.** La Superintendencia de Compañías entrega cuatro copias de la resolución y un extracto para que se pueda realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. **Obtener los permisos municipales.** En el municipio de Guayaquil, se debe:

- Pagar la patente municipal
- Pedir un certificado de cumplimiento de obligaciones

8. **Inscribir la compañía.** Con todos los documentos antes mencionados, se debe acudir al Registro Mercantil del cantón Guayas, para poder inscribir la sociedad.

9. **Realizar la Junta General de Accionistas.** Esta reunión servirá para que se pueda nombrar a los representantes legales de la empresa (presidente, gerente, etc.), según como se haya definido en los estatutos.

10. **Obtener los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se deberán entregar los documentos para poder abrir el RUC de la empresa.

11. **Inscribir el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, se debe inscribir el nombramiento del representante legal de la empresa designado en la Junta general de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días siguientes a la designación.

12. **Obtener el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se debe obtener en las instalaciones de el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de las escrituras de la constitución de la empresa
- Original y copia de los nombramientos de los representantes legales de la compañía.
- Copias de cédula y papeleta de votación de todos los socios.
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona quien realizará el trámite. Si este lo llegará a realizar un tercero.

13. **Obtener la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se entrega una carta dirigida al banco donde se dará apertura a la cuenta corriente de la empresa, para que se pueda disponer del valor depositado.

### **2.2.3. Obtención de permisos**

**Patente Municipal:** Todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras dentro del cantón, está obligados a obtener el Registro de Patente Municipal.

#### **Registro de Patente: Personas Jurídicas**

##### **Requisitos generales:**

1. Llenado de el Formulario “Solicitud para Registro de Patente para Personas Jurídicas”.

2. Copia legible de los Estados de Situación Financiera del período contable a declarar, con la fé de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.

3. Copia clara y legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.

4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado a la fecha.

5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (lo otorga el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas quienes tengan más de un establecimiento, deberán presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los establecimientos registrados en el (R.U.C).

6. Copia de la Escritura de Constitución de la empresa (cuando es por primera vez).

**Permiso de Bomberos:** Para este proyecto de investigación necesitaremos cumplir con los siguientes requisitos de acuerdo a los 800 m<sup>2</sup> de la empresa que es el área donde funcionará la planta para la elaboración de la pulpa de fruta de Cacao.

#### **De 500 m<sup>2</sup> en adelante**

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), un extintor por cada 50 m<sup>2</sup> este debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte instalado, debidamente señalizados ya sea del vinil tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, se deberán ubicar en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas deben encontrarse en excelente estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado, esta debe ser a corriente eléctrica (no a batería ni pila).
- Letreros de evacuación de "SALIDA", deberán tener estas fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en las respectivas vías de evacuación puede ser tipo reflectivo o foto luminiscente.

- Letrero de “SALIDA” con tipo caja de luz luminosa constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Las puertas deberán estar abiertas en el sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, esta prohibida la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o salida de las personas.
- Sistema hidráulico.
- Puertas de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso o caja de luz luminosa constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser estas requeridas para cualquier tipo de emergencia que amerite. Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, (2019).

#### **2.2.4. Registro de Marca**

Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), organismo encargado de registrar las marcas en el país, señala que “Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo.

Puede estar figurado por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, una textura, o una combinación de todos estos. Para efectos del registro de marcas se deben distinguir los tipos y las clases de marcas”.

#### **Existen algunas especificaciones, tales como:**

- El costo para registrar una marca en Ecuador es de \$ 208,00 USD y con la protección de la marca de 10 años de duración.
- Si se desea renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.
- Cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera puede registrar una marca.

- El registro de marca ofrece como beneficio el Derecho al uso exclusivo, es decir, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Se debe llenar un formulario denominado “Solicitud de búsqueda fonética”

“Las búsquedas fonéticas nos sirven para poder verificar, comprobar si existen en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que se desea registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad” para no volver a registrar una igual. Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, (2014).

### **2.2.5. Registro Sanitario**

Del capítulo II del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos, indica que “Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario”. Control Sanitario, (2013).

Para la obtención del Registro Sanitario se hará sobre la base del informe técnico favorable del análisis de la documentación técnica y legalmente presentada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA.

A partir del 21 de diciembre de 2015, por Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG, todos los alimentos procesados deben y requieren Notificación Sanitaria en lugar de Registro Sanitario, para que puedan salir a distribución y comercialización en el Ecuador.

La Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados es un certificado en documento o digital que permite su importación y comercialización bajo los requisitos de la normativa vigente, para garantizar que este sea apto para el consumo humano.

Dicha Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados tendrá una vigencia de 5 años contados a partir de la fecha de su emisión.

**Alimento procesado.-** Es toda materia alimenticia natural o artificial que para el consumo humano ha sido sometida a operaciones tecnológicas necesarias para su transformación, modificación y conservación, que se

distribuye y comercializa en envases bajo una marca de fábrica determinada. El término alimento procesado, se entienda a las bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aguas de mesa, condimentos, especias y aditivos alimentarios. Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2015).

#### **2.2.6. Obtención del código de barras**

El código de barras es una imagen que esta compuesta por líneas verticales o barras, que estas leídas por un dispositivo escaneador (como las pistolas lectoras de código de barras), ofrecen información detallada acerca del producto. Definición ABC, (2017).

El código de barras proporciona o detalla un lenguaje común entre socios comerciales, cada producto tiene un código ÚNICO e INEQUÍVOCO de identificación para diferenciarlos y puede ser utilizado por todos los socios comerciales y dentro de la propia industria contribuyendo a la eficiencia del proceso de comercialización de cada producto. El código GS1 en cualquiera de sus sistemas o estructuras facilita la identificación de cada una de las mercaderías, facilitando las exportaciones y el intercambio electrónico de datos. GS1 Ecuador , (2016). En Ecuador existe la empresa GS1 Ecuador (ECOP), empresa líder a nivel mundial en el desarrollo e implementación de estándares y soluciones para mejorar la eficiencia y calidad de la cadena de abastecimiento y suministros en todos los sectores del país.



## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1 Enfoque de la investigación:**

Los autores Campbell y Satnly (2021); se puede obtener información utilizando diferentes tipos de herramientas o técnicas para el análisis, estudio y evolución de una investigación.

En la presente investigación se tomará como referencia a varios documentos de autores, libros de importancia, artículos científicos varias tesis actuales y de años anteriores, todo esto como marco metodológico. La investigación tendrá un enfoque mixto, durante la elaboración se recopilarán aspectos no numéricos se tuvo en cuenta puntos de vista de expertos, recomendaciones de clientes y posibles clientes. Se establecerán objetivos con la finalidad de darle reconocimiento al producto en el mercado. Se propondrán objetivos y se enfocará mediante el plan de negocio cada una de las herramientas que se manejarán.

El diseño y tipo de investigación es importante e indispensable para su aplicación y elección dependiendo del problema que se de en el estudio según los autores Kerlinger y Lee (2002).

#### ***Alcance de la investigación:***

Bernal Torres (2010); la investigación descriptiva es un método técnico que involucra la observación de las características o situaciones del objeto de estudio. Este modelo de investigación es muy utilizado por las investigaciones debido a las diferentes técnicas que se pueden emplear. Como la observación, entrevista y la revisión documental que recopilan datos que sirven como soporte y brindan confianza la información obtenida.

Para la presente investigación se llevará a cabo una investigación descriptiva no experimental con corte bibliográfico, debido a que los resultados que sean proporcionados por el estudio.

Sean expresado en términos cualitativos, las mismas que son y serán necesarios para el levantamiento de información relevante para la realización del presente proyecto investigativo, el mismo busca presentar una mejor alternativa de uso de la pulpa de fruta de cacao ó mucílago , que actualmente se desperdicia por desconocimiento de sus propiedades ó por no contar con los recursos necesarios para la inversión de equipo o maquinaria de extracción de la misma.

Según los autores Babbie (1979), Selltitz (1965) y Dankhe (1986) proponen algunos tipos de investigaciones; en las investigaciones descriptivas buscan desarrollar una imagen o una fiel representación de lo que se esta estudiando a partir de sus características, pueden medir variables o conceptos con el fin de detallar o especificar las propiedades importantes de las comunidades, personas, fenómenos o grupos bajo análisis entre ellas la investigación descriptiva experimental y no experimental, que son con las que trabajaremos para el presente plan de negocios.

El método de investigación descriptiva no experimental será de utilidad, en ese estudio en el cual es necesario relatar los procesos necesarios para buscar la solución en el problema planteado, siendo necesario observar cuán determinante. serán los procedimientos que se van a utilizar, tales como el proceso de reciclaje de la pulpa de cacao, con la finalidad de encontrar un mejor sistema que permita la conservación de esta hasta la venta.

La investigación descriptiva no experimental, el investigador aquí se limita a observar cada uno de los acontecimientos sin intervenir en los mismos.

### **3.2 Técnica e instrumentos para obtener los datos:**

Las técnicas e instrumentos de investigación que se podrían utilizar en el plan de negocios son diversas entre las cuales y la más importante que se llevará

a cabo para el desarrollo del estudio tenemos la encuesta y la de alcance descriptivo no experimental y exploratorio.

La encuesta es la técnica que vamos a utilizar para obtener datos e información de manera eficaz y rápida, relevante que estará basada la metodología cuantitativa ya que se basará en un cuestionario de preguntas cerradas, para luego cada una ser analizada de manera concreta y así obtener mejoras en la elaboración de las conclusiones posteriores en el trabajo de investigación.

Según, Rosado Jesús (2018); la metodología cuantitativa se compone por un conjunto de métodos y técnicas que intentan aproximarse al conocimiento de la realidad social, las técnicas cuantitativas permiten dar a conocer las opiniones de un número indeterminado de personas respecto a lo que creen, sus valores, hábitos, prioridades, preocupaciones, entre otras.

Normalmente se centra en los aspectos observables y susceptibles de cuantificación para describir o explicar fenómenos sociales y utiliza la estadística para el análisis de datos, usualmente utiliza información cuantificable para describir o tratar de lo que estudia.

La recopilación de datos para las encuestas se realizará en el norte de la ciudad de Guayaquil encuestando de manera aleatoria a las personas que habitan en una de las parroquias seleccionadas, evitando así recoger información de personas que tal vez no serían clientes potenciales del producto que estamos ofreciendo.

Las proyecciones que se presentan en este trabajo inician en el año 2025, ya que la microempresa que se desea comercializar debe poder contar con una gama de jugos a comercializar que se puedan ofrecer en el mercado atrayendo a clientes y negociando con proveedores para poder producir un producto con la calidad y cumpliendo las normas y reglamentos en el Ecuador, se utilizará maquinarias de última tecnología para su elaboración, ofertando a mediano y largo plazo productos innovadores, y así poder generar nuevas fuentes de

empleo y a futuro exportar pulpa de fruta de cacao congelada y sus mixes a largo plazo.

Dentro de la presente investigación se emplearán en los tipos de enfoque el mixto, según para Hernández-Sampieri, Fernandez y Baptista (2006), las investigaciones con enfoque mixto representan un conjunto de procesos empíricos, sistemáticos y críticos e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para poder realizar inferencias del producto de toda la información recabada y poder lograr un buen entendimiento del fenómeno bajo estudio, es decir son la integración sistemática de los métodos cuantitativos y cualitativos en una sola investigación o estudio con el fin de obtener una fotografía mucho más completa del fenómeno investigado.

### 3.3 Población y muestra

La población que abarca en la presente investigación queda constituida por las 2.350.915 personas que habitan en el Cantón Guayaquil. Según el INEC, 2010. Con edades promedio entre los 15 y 30 años. Quiénes serían los individuos objeto de estudio debido a que una cantidad muy considerable se ha propuesto emplear la fórmula de poblaciones finitas, la misma que permite generar una muestra que posea iguales características de la población general, pero que genere una cantidad menor de individuos para allí desarrollar en ella, las herramientas de recolección de datos.

A continuación, se detalla la fórmula que se empleará:

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

**Fuente:** Rodriguez. (2005)

A continuación, se detalla en los términos existentes en la fórmula:

N: Es el tamaño de la población objetivo, son 2.350.915 personas.

Que habitan en las parroquias urbanas hasta aquí Ximena y Rocafuerte.

Z: Se obtienen según el nivel de confianza. Resultado 1.96.

n/c: Es el nivel de confianza utilizado. En ese caso, es el de la 95%.

p: Es la probabilidad de que el evento llegue a ocurrir, siendo comúnmente utilizado el 50%.

q: Es la probabilidad de que el evento no pueda llegar a suceder, es el restante del porcentaje anterior, 50% de p.

e: Es el error máximo para tolerar en la muestra 5%.

N= 2.350.915

NC= 95

p= 0,5

q= 0,5

e= 5%

Z= 1,96

En la fórmula se obtuvo un resultado de 384 como tamaño de la muestra, por lo tanto, este será el número que se desarrollará en el estudio de campo.

Se requeriría encuestar a no menos de 384 personas para poder tener una seguridad del 95%

### **TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA = 384,10**

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$
$$= \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(2.350.915)}{(2.350.915 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

n=384 personas

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Las técnicas a emplear son la encuesta y el grupo focal, las mismas que se desarrollarán a través de la elaboración de un cuestionario de preguntas cerradas, ya que esto nos ayudara a tabular con mayor facilidad los resultados obtenidos.

### 3.5. Recursos: Fuentes, cronogramas y presupuestos para la recolección de datos:

La recolección de datos para las encuestas se realizó en el sector Sur de la ciudad de Guayaquil, encuestando de forma aleatoria a las personas que habitan en las parroquias seleccionadas, evitando así recoger información de personas que no serían potenciales clientes del producto a comercializar.

**Lugar:** Alrededores de las Calles 35ava entre Bolivia y Vacas Galindo ( Sector Suroeste de la ciudad de Guayaquil )

Lo que corresponde a grupo Focal se realizó en el sector del Mall del Sur a sus alrededores con un grupo aproximado de 35 participantes ( mayores de 18 años ) y de distintos géneros.

- Participo un solo grupo

**Tabla 1**  
*Fuentes primarias y secundarias*

<b>Fuentes Primarias</b>	<b>Fuentes secundarias</b>
Encuestas	Análisis de la encuesta
Grupo Focal	Conclusiones obtenidas del grupo focal
Vídeos	Fuentes de información citadas en el documento
Fotografías	Bibliografías
Entrevista de campo	Interpretación de cuadros estadísticos

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

**Tabla 2***Presupuesto para la recolección de datos*

Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Transporte	5 días	\$ 6,00	\$ 30,00
Alimentación	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Copias B/N	384	\$ 0,05	\$ 19,20
Internet	1 mes	\$ 24,00	\$ 24,00
Telefonía móvil	1 mes	\$ 17,00	\$ 17,00
Esferos	2	\$ 0,35	\$ 0,70
Total			\$ 105,90

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)**Tabla 3***Cronograma de recolección de datos*

Descripción	13/01/24	14/01/24	20/01/24	21/01/24	22/01/24
Realización de encuestas a clientes potenciales	75	78	76	89	66

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

### 3.6. Tratamiento de la información: Proceso y análisis

#### 3.6.1. Grupo Focal

La finalidad de el grupo focal es mirar a detalle el comportamiento de otros individuos, analizar y discutir un tema específico, con el fin de recabar información que los integrantes de grupo generan en las sesiones. Los grupos de enfoque nos hace comprender como sienten u opinan las personas respecto a la temática de acuerdo a las experiencias comunes entre los participantes, Lozoya (2007).

A este grupo focal se les dará a conocer el cacao como una fruta, y que su pulpa contiene propiedades y beneficios muy buenas para la salud. La misma que por falta de conocimiento no se ha aprovechado en el Ecuador. Ya que en otros países esta es aprovechada como materia prima para elaborar otros productos.

En el Ecuador existe actualmente una amplia gama de marcas de pulpas de frutas. En presentaciones en Tetra Pak, botellas descartables, etc.

Nos vamos a encontrar con la competencia directa e indirecta.

Como competencia indirecta podremos tener las marcas suplementarias que están disponibles en los diferentes supermercados, tales como: jugos preparados envasados, los jugos en polvo, que se pueden preparar en el hogar, como Jugos ya, Panelada, etc.

Para el presente plan de negocios, nuestro mercado objetivo lo constituyen los consumidores actuales de jugo de frutas atendidos por la competencia satisfecha e insatisfechas que estarían dispuestos a cambiarse por un producto que le brinde y aporte mejores beneficios a la salud. Asimismo, el mercado objetivo también lo constituyen aquellas personas que no están comprando actualmente la pulpa del cacao y que al conocer los beneficios del producto tendrán interés en adquirirlo.

Dado que aún no se puede obtener una serie estadística histórica del consumo de la pulpa de fruta de cacao.

Puesto que el producto actualmente no se da a conocer en el mercado guayaquileño, donde se deberá utilizar los resultados de la investigación primaria para poder estimar la demanda del producto propuesto en el plan de negocios.

La producción de la pulpa de cacao congelada está dirigida para adultos como para jóvenes, niños y personas que realizan alguna actividad deportiva, adultos mayores y demás personas que desean adquirir un producto diferenciado, ya que aporta beneficios para la salud.

Usualmente las personas tienden a acudir a comprar este tipo de jugos de frutas o pulpas de frutas congeladas a los distintos supermercados tales como: Mi Comisariato, Tía, Megamaxi (Supermaxi), tiendas del barrio y la ventaja de la pulpa de cacao congelada es pretender servirse como una alternativa nutricional. En las bebidas diarias de las personas.

Se dió a conocer sus múltiples beneficios para la salud, además se propuesta del logo, envases a emplear para dar a conocer nuestros producto



estrella y sus mixes y sobre todo cuales serán nuestros canales de comercialización.

### **La metodología que se empleo:**

Se realizo una sesión en la parroquia Ximena, Suroeste de la ciudad de Guayaquil, desde las 11 am, con 35 participantes, participaron personas mayores de 18 años, la sesión duró aproximadamente dos horas y media.

### **Resultados**

**Las diversas opiniones vertidas por los participantes de la sesión se pueden resumir en:**

- Al 100% de los participantes les parecio muy buena la pulpa del cacao de fruta como tal: eso sí, la mayoría desconocia que al cacao le podiamos aprovechar su pulpa y que contiene maravillosos beneficios para la salud y que en lugar de desperdiciarlo podiamos aprovecharlo. Es más a muchos les tomo por sorpresa que lo podiamos utilizar como una fruta y que se puede mezclar con otras frutas para poder hacer batidos, jugos.
- Al 100% de los participantes les parecio que el sabor es agradable.
- Por sus beneficios a la salud indicaron que si estarían dispuestos a comprarlo y consumirlo.
- Recomendarón que el envase sea tetrapack y pueda ser consumido de manera diaria y personal, por el momento se realizará en bolsas de plastico compostables diseñadas para el envasado de este tipo de pulpas, más adelante se irá implementando lo recomendado a corto plazo y se lo podra ofrecer como una bebida refrescante para beber directamente del envase.

### 3.7. Encuestas

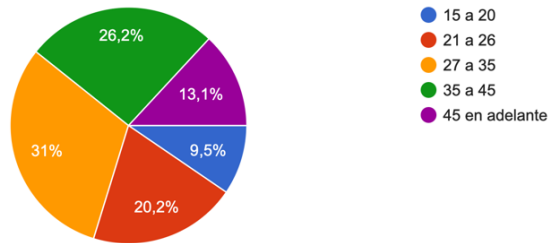
#### Resultados de las preguntas

#### Género y edad de la población encuestada

**Figura 9**

*Encuestas*

Edad  
84 respuestas

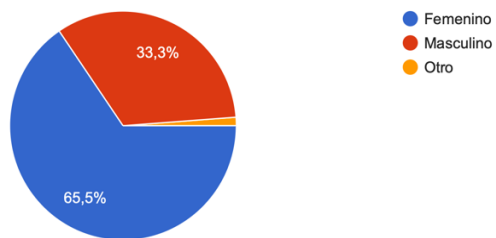


Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Figura 10**

*Encuestas*

Genero  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

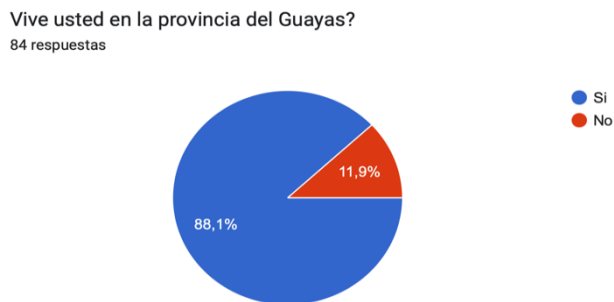
## Análisis

Se identifica en la figura 9 que la muestra de la población estudiada el 65,5% son representadas por mujeres, que son identificadas en la población como las líderes de las compras en los hogares de productos frutícolas, seguido de los hombres con un 33,3% y con menor representación se encuentra la población identificada con otro género.

Se identifica que esta población se encuentra en un rango de edad predominante de 27 a 35 años al tener una incidencia del 31% que en su mayoría son mayores de edad que cuentan con capacidad adquisitiva de compra ( Ver figura 9 y 10 ).

### Figura 11

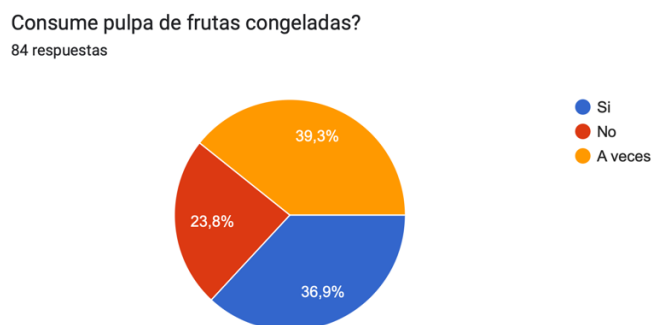
Encuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura 12

Encuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

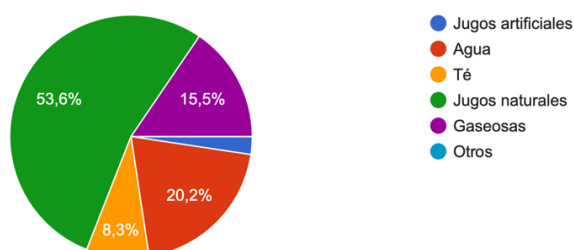
La población estudiada indica en su gran mayoría vivir en la ciudad objetivo en donde se comercializará los productos de la empresa PULPA CACAO EXPRESS con un 88,1%, evidenciando la factibilidad de los datos que se obtuvieron para crear estrategias de fortalecimiento del plan de negocio, y tan solo un 11,9 % indica no vivir en Guayas de los cuales en su gran mayoría son representados por la población encuestada mediante la plataforma de Google LLC. De esta población un 39,3% plasmaron en sus respuestas comprar pulpa de fruta, y por ultimo un 23,8 % aseguraron no hacer este tipo de actividad (Ver Grafica 11 y 12).

### Figura 13

Encuestas

Usualmente que tipo de bebida refrescante consume usted en su hogar?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

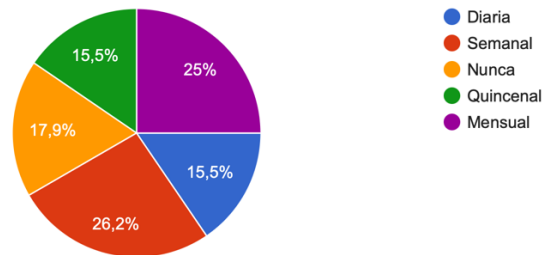
Se evidencia que un 53,6 % de los encuestados declaran en sus respuestas consumir jugos naturales en su hogar, lo que da gran factibilidad de incursionar con productos de pulpa de fruta al tener una representación considerable de la población compran estos productos, aunque se evidencia que existen productos sustitutos con grandes representación como son; el agua con un 20,2 % y las bebidas gaseosas con un 15,5 % reflejando que nuestras estrategias de mercado deben estar enfocadas a fortalecer los beneficios de nuestros productos en comparación con estos sustitutos que son de fácil acceso para el mercado. También se encuentran con una incidencia menor los Té

Helados con un 8,3 % y los jugos artificiales con pequeño porcentaje (VerFigura 13).

### Figura 14

Encuestas

Frecuencia en la que usted consume pulpa de frutas?  
84 respuestas

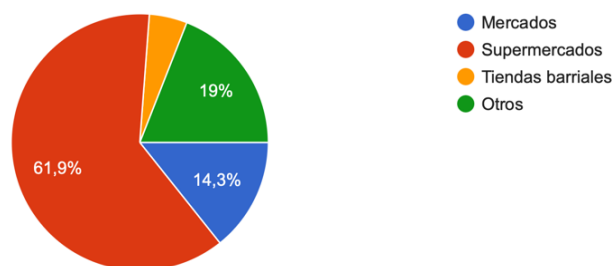


Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura15

Encuestas

Dónde compra pulpa de fruta congelada?  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Análisis

Es clave identificar con qué frecuencia la población estudiada consume la pulpa de fruta, para identificar si hay en el mercado existe gran rotación de productos y establecer la demanda, obteniendo que un 15,5 % consumen diariamente pulpa de fruta, un 26,2 % lo realiza semanalmente, un 25%

mensualmente, un 15,5 % quincenalmente, lo que refleja que un 82,2 % de la población consumen al menos una vez al mes pulpa de fruta, y por ultimo un 17,9 % indica que no tienen un frecuencia establecida de consumo. ( Ver figura 14 )

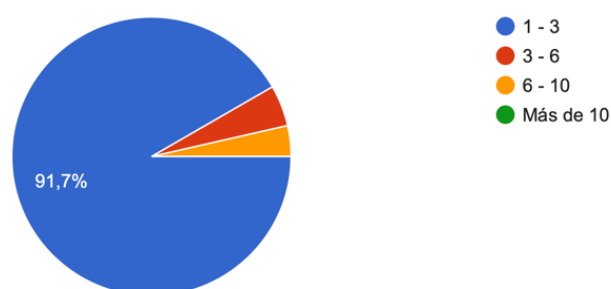
Los lugares claves donde se comercializa el producto al consumidor final con mayor representación son los supermercados con un 61,9 %, indicando que se deben realizar alianzas estratégicas con estas plazas de comercialización con el objetivo de llegar a nuestros potenciales consumidores y por ende obtener reconocimiento de marca en el mercado, seguido se encuentran las plazas de mercado con un 14,3 %, con un 19% otros, estos datos reflejan la oportunidad de crear un factor clave de comercialización si podemos obtener reconocimiento a través de los medios de comunicación masivos que más utilizan esta población, ya con grados de incidencia menores están las tiendas barriales (Ver Figura 15).

### Figura 16

Encuestas

Cuántos paquetes compra usted a la semana de pulpa de fruta congelada de 100 gramos?

84 respuestas



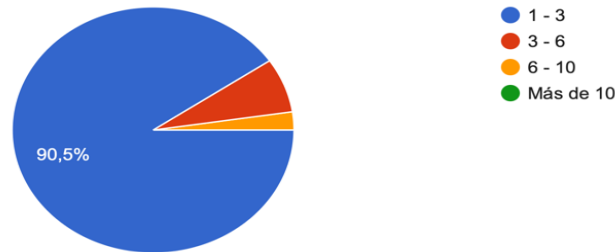
Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura 17

#### Encuestas

Cuántos paquetes compra usted a la semana de pulpa de fruta congelada de 450 gramos?

84 respuestas



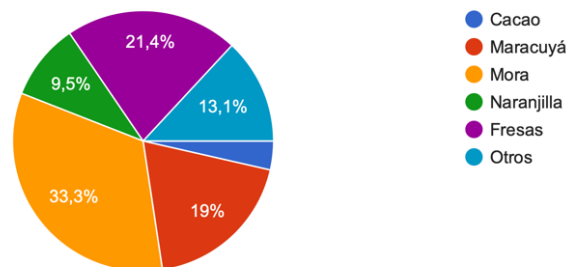
Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura 18

#### Encuestas

Cuál es la fruta que más consume?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Análisis

La población encuesta indica que compran en promedio con mayor incidencia de 1 – 3 paquetes de 100 gramos al representar un 91,70%, que es el producto que se quiere lanzar con cinco tipos de sabores al mercado, seguido de un menor porcentaje que adquieren de 4 a 10 paquetes semanales, 1 – 3 paquetes de 450 gramos al representar un 90,50%, estos se pudo observar para

hogares, teniendo menor incidencia en porcentaje de compras de 4 a 10 paquetes de 450 gramos.

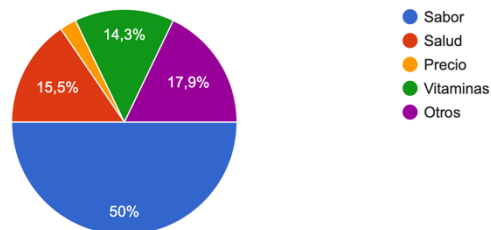
(Ver Figura 16 y 17 ).

Como clave en la producción es identificar si los tipos de sabores de futa que lanzaremos son viables en el mercado, obteniendo que existe gran factibilidad de éxito debido a que la gente consumen estos sabores, y la fruta de mayor aceptabilidad es la pulpa de mora con un 33.3 %, seguida de las fresas con un 21,4 % reflejando que serían los productos estrellas para los mixes de nuestro modelo de negocio para poder abarcar el mercado, ya con participación promedios de población que consumen otro tipo de fruta al tener un 13,10%, esto indica que hay oportunidades de diversificar el portafolio de productos a ofertar (Ver Figura 18 )

### Figura 19

#### Encuestas

Por qué razón consume la pulpa de fruta ?  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Análisis

Se identificó que la población objeto de estudio consume fruta natural por diferentes razones, siendo la más clave la variedad de opciones que se encuentran para saciar sus necesidades al obtener un representación del 17,9%, esto demuestra que si la empresa FRUTA CACAO EXPRESS incursiona con sus 5 tipos de sabores podrá obtener éxito en el mercado, seguido están la población que la consumen por salud, con un 15,5 % por vitaminas, estos dos últimos datos evidencia que los productos deben en su empaque tener plasmado

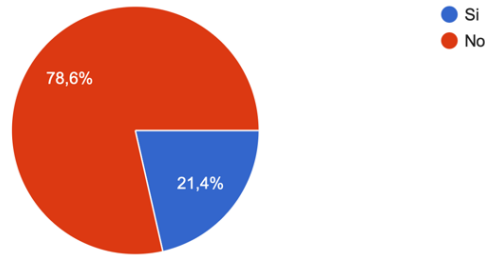


sus beneficios, un menor incidencia en porcentaje indican que lo consumen por precio y por ultimo un 50% por el sabor ( Ver figura 19 )

### Figura 20

Encuestas

Conoce de alguna marca en especial que produzca pulpa de fruta en la ciudad?  
84 respuestas

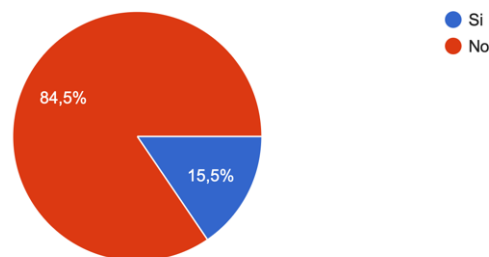


Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura 21

Encuestas

Sabe usted que proceso realiza la empresa que usted conoce ó consume con los residuos de la pulpa de fruta ?  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Análisis

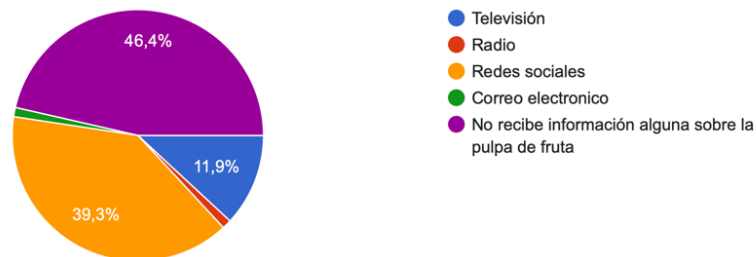
La competitividad del mercado debido a la cantidad de productores de la pulpa de fruta natural evidencia que las empresas no se enfocan en fidelizar sus clientes y en fortalecer su imagen empresarial, al obtener que un 78,6 % de población no identifica una empresa líder, y tan solo un 21,4 % reconoce alguna empresa en el sector.

Evidenciando una gran oportunidad si se crean estrategias de marketing idóneas que permitan reconocimiento de marca y que además plasmen nuestro modelo de economía circular, que dará un plus en el mercado de consumidores que buscan producto de bajo impacto ambiental, además se identificó que un 84,5 % de la población no saben el proceso que realiza la empresa a la cual le compra la pulpa de fruta con sus residuos orgánicos (Ver Figura 20 y 21 ).

## Figura 22

### Encuestas

Por qué medios digitales recibe información publicitaria de pulpas de frutas ?  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

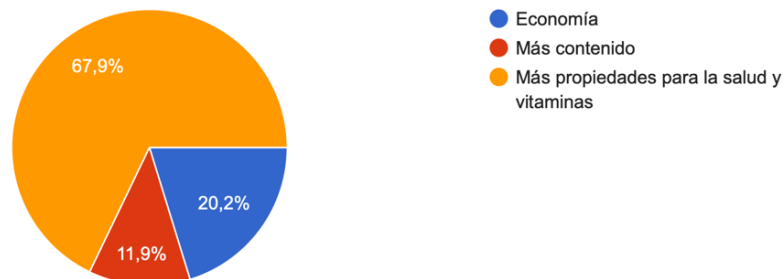
En la Figura 22 se identifica que los medios de comunicación masivos más utilizados por la población son las redes sociales al tener un representación del 39,3 %, por tal es fundamental que nuestras estrategias de marketing se enfoquen en este tipo de plataformas tecnológicas, que sirven como un canal de venta directo de venta, seguido se evidencia que muchas empresas locales solo se dedican a producir y no se dan a conocer, debido a que un 46,40 % de la población evidencia no percibir información de productos de pupa de fruta por lo que hay que fortalecer ese sector, 11.9 % están Tv, y con menor representación están los correos electrónicos y radio.

### Figura 23

Encuestas

Qué le gustaría obtener de un producto de pulpa de fruta 100% orgánico?

84 respuestas



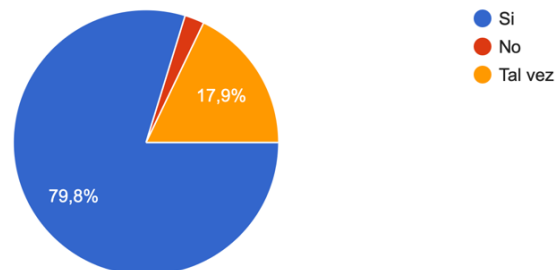
Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Figura 24

Encuestas

Le gustaría que las empresas productoras y comercializadoras de pulpa de frutas aprovechen todos los recursos de las mismas?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

### Análisis

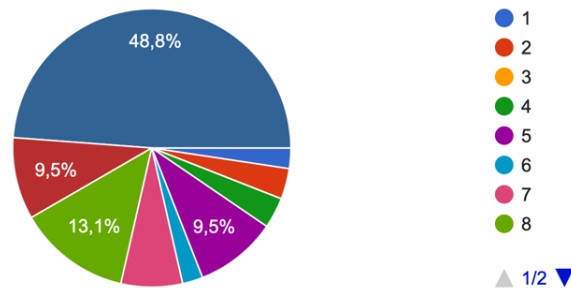
Se identifica que el modelo que implementara la empresa PULPA CACAO EXPRESS de economía circular tendrá gran aceptabilidad para los potenciales clientes, debido a que un 79,8 % le gustaría que las empresas del sector realizaran un idóneo proceso con sus residuos orgánicos con el fin de mitigar impactos ambientales, seguido un 17,9 % que considera que tal vez le gustaría que realizarán este proceso y tan solo un 2,3% no están de acuerdo.

Se destaca que el producto orgánico contiene mayores beneficios en vitaminas, por tal el producto cumple con la característica que buscan los clientes ya que un 67,9 % desean obtener mayores propiedades en vitaminas con estos productos orgánicos, seguido de un 11,90 % que buscan más contenido y por ultimo un 20,2 % buscan economía (Ver Figura 23 y 24).

## Figura 25

### Encuestas

Por favor califique usted del 1 al 10 que importancia le da al consumo de pulpa de fruta natural congelada libre de adictivos artificiales  
84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

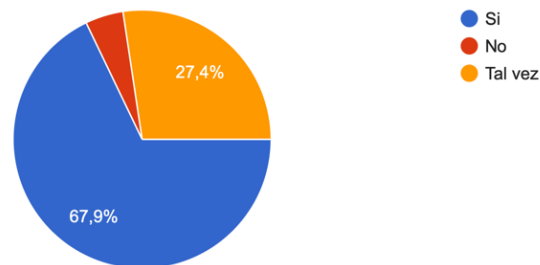
Un 48,8 % de la población objeto de estudio considera muy importante consumir pulpa de fruta sin aditivos artificiales, característica que la empresa PULPA CACAO EXPRESS cumple con sus productos a ofertar, seguido se identificó un 13,10 % considera importante que el producto tenga esta característica, ya con grados de incidencia menores están un 9,5 % que consideran que debe ser importante y por ultimo una población menor del 2,4 % no le interesa esta característica (Ver Figura 25 )

## Figura 26

### Encuestas

Estaría dispuesto a probar un nuevo sabor de pulpa de fruta que no es usualmente comercializable tal como es la Pulpa del Cacao?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

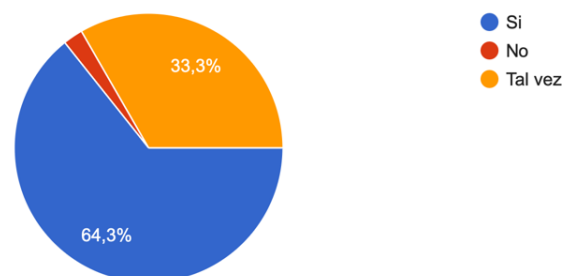
La aceptabilidad del producto de una empresa es clave del éxito en el mercado, por tal se identificada la viabilidad de PULPA CACAO EXPRESS al obtener que un 67,9 % de la población estaría dispuesta a consumir la pulpa de fruta de cacao producida y un 27,4 % tal vez lo haría en un futuro, evidenciando lo clave que es obtener una mayor participación en el mercado donde se comercializa el producto, también se obtuvo que un 4,8 % no estarían dispuestos a consumir producto de la marca. ( Ver figura 26 )

## Figura 27

### Encuestas

Estaría dispuesto a comprar Pulpa de Cacao natural congelada de la empresa PULPA CACAO EXPRESS?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Análisis

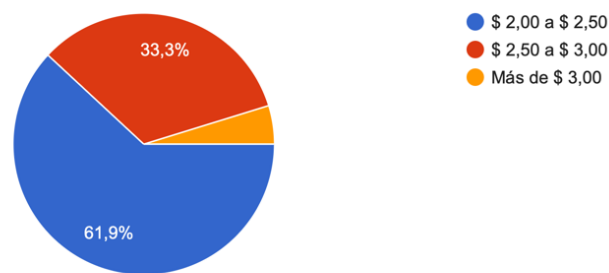
La aceptabilidad del producto de una empresa es clave del éxito en el mercado, por tal se identificada la viabilidad de PULPA CACAO EXPRESS al obtener que un 64,3 % de la población estaría dispuesta a comprar la pulpa de fruta de cacao y un 33,3 % tal vez lo haría en un futuro, evidenciando lo clave que es obtener una mayor participación en el mercado donde se comercializa el producto, también se obtuvo que un 2,4 % no estarían dispuestos a comprar producto de la marca, tal vez por el desconocimiento del producto. Ver figura 27

**Figura 28**

*Encuestas*

Cuánto estaría dispuesto a pagar por 100 gramos de pulpa de cacao 100% natural orgánico y libre de aditivos?

84 respuestas



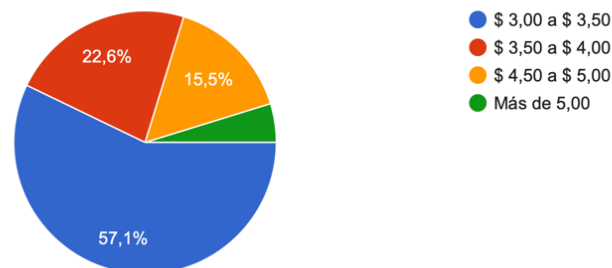
Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Figura 29**

*Encuestas*

Cuánto estaría dispuesto a pagar por 450 gramos de pulpa de cacao 100% natural orgánico y libre de aditivos?

84 respuestas



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## **Análisis**

De la población encuestada un 64% tendrían la disponibilidad de invertir entre \$1.000 a \$1.500 por los productos de la marca de un contenido neto de 150 gramos, y un 29% estarían dispuestos a pagar un precio que se encuentra en un rango de \$1.501 a \$2.000, estos datos serán tenidos en cuenta con los precios de la competencia para establecer la estrategia de precios al incursionar al mercado, por último un 7% estaría dispuesta a pagar más de \$2.000 por los productos.

### **3.8. Conclusiones parciales**

- El cacao como fruta no es reconocida en el mercado Guayaquileño
- Al salir al mercado la pulpa de fruta de cacao un gran porcentaje de la población estaría dispuesta a consumirlo y comprarlo. Unos porque nunca la han degustado y les parecería novedoso que del cacao se pueda sacar pulpa para consumir e incluso si está cuenta con grandes beneficios para la salud y al ser un producto natural mucho más, y otros porque les gusta probarla y combinarla con otras frutas para hacer mixes como jugo como tal o batidos.
- La mayoría de las personas adquiere la pulpa de fruta en supermercados.
- Un indicador influyente a la hora de adquirir cualquier tipo de fruta natural es su presentación, precio y calidad del producto.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA O INFORME

La presente investigación tiene como principal diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de cacao congelada.

#### 4.1 Presentación y análisis de resultados

En el Ecuador se cultivan, principalmente dos variedades de cacao: El cacao nacional ( *Theobroma cacao* L. ) y la otra variedad llamada o conocido como Híbrido (clon CCN-51)

El fruto es una baya grande (mazorca), polimorfa, esférico a fusiforme, púrpura o amarillo en la madurez, glabro, 10 – 20 cm de largo y 7 cm ancho, 200 - 1000 g de peso y con 5 – 10 surcos longitudinales. El endocarpio es de 4 - 8 mm de grosor, duro y carnosos, y leñoso en estado seco. Las semillas son café - rojizas, ovadas, ligeramente comprimidas, 20 - 30 mm de largo, 12 - 16 mm de ancho y 7 - 12 mm de grosor.

#### Cacao Nacional e Híbrido CCN-51

##### Figura 30

*Cacao Nacional e híbrido CCN-51*



Fuente: GrandsurEcuador. (2024)



**Cacao Nacional:** También conocido como Fino y de Aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y poco a poco lo fueron llamando Cacao Arriba. Por su organoléptica tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de chocolatería. El Cacao Nacional Cacao es de suma importancia para el proceso fabricación del chocolate, que entre sus características se realiza el aroma y sabor; el color característico del fruto va de un verde claro a un amarillo o amarillo verdoso en su madurez. Con un buen manejo de riego, fertilización y mantenimiento fitosanitario se puede llegar a producir entre 300 a 500 kg por hectárea al año.

**El Cacao CCN51:** posee un color rojizo de su fruto durante la etapa de desarrollo y madurez, es resistente a las enfermedades y posee una buena productividad aproximadamente de 2000 a 3000 kg por hectárea al año. La estructura del árbol varía respecto del cacao nacional, es más robusto. Se puede cosechar a partir del tercer año llegando a su máxima producción en el quinto año. Con un sabor ácido, el cacao CCN51 se ha posicionado en la fabricación de chocolates.

El cacao es cultivado en el Ecuador en 20 provincias de las 24 provincias que tiene. El Ecuador es rico en producción de cacao.

#### **Provincias que producen Cacao:**

**Sierra:** Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Bolívar, Azuay, Santo Domingo de los Tsáchilas.

**Costa:** Esmeraldas, Los Ríos, Guayas, Manabí, Santa Elena, El Oro.

**Oriente:** Sucumbíos, Napo, Orellana, Pastaza, Morona Santiago, Zamora Chinchipe.

## Pulpa de cacao

**Figura 31**

*Cacao Nacional e híbrido CCN-51*



**Fuente:** GrandsurEcuador. (2024)

La pulpa del cacao es la sustancia blanca carnosa que rodea los granos de cacao. Está formada durante el desarrollo de la vaina a partir del meristemo del endocarpio y constituye aproximadamente 40 % del peso de la semilla fresca.

Se ha considerado durante mucho tiempo un producto de desecho del cacao. Los productores de cacao y sus familias han utilizado durante mucho tiempo la pulpa dulce como jugo, o para hacer vino de cacao o licor de cacao, es viscosa aromática y generalmente de color blanco, la cual desaparece durante el proceso de fermentación, esta pulpa mucílago está compuesta por células de savia ricas en azúcares.

Aunque la pulpa de cacao es un ingrediente esencial para la fermentación del grano de cacao, una fermentación exitosa no requiere necesariamente toda la pulpa. De hecho, la pérdida de pulpa ocurre naturalmente cuando las semillas se esparcen y, posteriormente, la pulpa se escurre por las cajas de fermentación. Se puede eliminar hasta el 20 % de la pulpa (peso de la semilla fresca) sin efectos significativos sobre el proceso de fermentación y la calidad organoléptica del cacao en grano.

La utilización comercial de la pulpa de cacao requerirá la disponibilidad de pulpa higiénica y de alta calidad mediante un eficiente proceso de extracción. La extracción de pulpa a gran escala se ha realizado con despulpadores

disponibles. Dicho despulpador puede eliminar hasta un 80 % peso de la pulpa basado en el peso de semillas frescas.

Existiendo una amplia gama de marcas de pulpa de fruta en el Ecuador en diversas presentaciones, en las que podremos decir que se encuentra la competencia directa e indirecta como se describirá a continuación:

### **Competencia directa**

La producción de pulpa de fruta de cacao en la ciudad de Guayaquil va dirigido a jóvenes, adultos y niños, personas que realicen alguna actividad física o deportiva, adultos mayores y demás personas que deseen comprar un producto diferenciado.

En la investigación de campo desarrollada para evidenciar sobre la competencia directa podemos observar la escasa presencia de pulpa de cacao.

**Tabla 4**  
*Competencia directa de la Pulpa de cacao*

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Marca</b>	<b>Empaque</b>	<b>Contenido Neto mínimo</b>	<b>Sabor</b>
ACAÍ	Amazonia del Ecuador	Cultura Acai	Plástico	100 G	Fruta del cacao
HAPPY CO	Quito-Ecuador	HAPPYCO	Plástico	100 G	Pulpa del Cacao

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

### **Competencia indirecta**

Existen otras clases de marcas que están disponibles en diferentes presentaciones en sabores e ingredientes, entre ellos se encuentran incluso los jugos de preparación en polvo que se prepararán en el hogar como son:

**Tabla 5***Competencia indirecta de la Pulpa de cacao*

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Marca</b>	<b>Empaque</b>	<b>Contenido Neto mínimo</b>	<b>Sabor</b>
Ecuavegetal S.A.	Babahoyo	Facundo	Tetra Pak	454 G	Pulpa de Maracuyá
Aje Ecuador S.A.	Guayaquil	Pulp	Tetra Pak	250 ml	Durazno
Quicornac S.A.	Guayaquil	Sunny	Vidrio	235 ml	Durazno
Aje Ecuador S.A.	Guayaquil	Cifrut	Plástico	300 ml	Naranja

**Fuente:** Investigación de campo**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

#### 4.1.2. Establecimiento del mercado objetivo

Este comprende a un universo de consumidores ya establecidos, cuyas necesidades la empresa a crearse planea satisfacer plenamente.

Para el plan de negocios, el mercado objetivo lo conforman consumidores actuales de pulpas de frutas atendidos por la competencia ( satisfecha e insatisfecha ), que estarían dispuestos a cambiarse por un producto que les ofrezca mejores beneficios, tambien aquellos que no están comprando actualmente pulpa fruta de cacao o mucílago y que al no haber probado y conocido los beneficios del mismo, tendrán interés de adquirirlo.

**Tabla 6***Mercado objetivo de la muestra*

<b>Compradores actuales potenciales</b>		<b>384</b>
Satisfecho con el producto que consume	320	
No satisfecho con el producto que consume	63	
No adquiere el producto	63	
<b>Consumidores ( Oferta )</b>		<b>310</b>
Cientes satisfechos que no desean cambiarse	173	
Cientes no satisfechos que no desean cambiarse	43	
Cientes que no consumen los productos y no estarían dispuestos a comprarlos	---	

<b>Mercado Objetivo</b>		95
No atendidos insatisfechos	15	
Atendidos satisfechos que se cambiarían	80	
No atendidos satisfechos que se cambiarían	---	

**Fuente:** Resultado de encuestas realizadas

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

La tabulación del consumo total y per cápita de las 95 personas encuestadas de la muestra, que dieron por respuesta que Sí consumirían pulpa de fruta de cacao congelada, se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 7**

*Consumo potencial per-cápita de pulpa de cacao congelada*

<b>FRECUENCIA</b>	<b>DÍAS / AÑO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>Diaria</b>	360	26	9360
<b>Semanal</b>	58	45	2610
<b>Quincenal</b>	29	12	348
<b>Mensual</b>	14	12	168
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>12486</b>
<b>Cpc/Año</b>			74,96395963
<b>Cpc/Año 2024</b>			<b>75</b>

**Fuente:** Resultado de encuestas realizadas

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

#### **4.1.3. Cálculo de la demanda**

Dado que no se puede tener un dato estadístico histórico del consumo de pulpa de fruta de cacao congelada, puesto que el producto aún no se vende a gran escala en el mercado guayaquileño, y escasamente a nivel nacional, se utilizarán los resultados de la investigación primaria para poder estimar la demanda del producto propuesto en el Plan de negocios en base a los resultados que se obtuvieron en la encuesta, se pudo establecer que la muestra objetiva es de 95 personas, es decir un 25% del total de la muestra inicial.

La población encuestada en la ciudad de Guayaquil, que se estableció 2.350.915 personas, se puede inferir que la población objetivo del plan de negocio es:

$$2.350.915 * 24,73 \% = 581,592 - \text{población objetivo}$$

Anteriormente se estableció el consumo per-cápita de la muestra, que resulto ser de 75 unidades.

Si multiplicamos las unidades por la población objetivo, se podrá establecer que el consumo potencial de la pulpa de cacao es:

$$493.968 \text{ personas} * 75 \text{ unidades al año} = 37'047.600 \text{ unidades}$$

Para realizar este cálculo se trabajará con las personas que mostraron real interés en adquirir el producto, que fue de 61.8 % de la muestra por lo que la demanda potencial se reduce a:

$$37'047.600 * 61,8\% = 22'895.416$$

Finalmente, la comercialización de la pulpa de fruta de cacao iniciará en los distintos supermercados por lo que la demanda potencial se reducirá en:

$$22'895.416 * 59,6 \% = 13'645.667 \text{ unidades anuales}$$

#### **4.1.4. Cálculo de la oferta**

Actualmente para el presente producto la oferta es de cero por cuanto ninguna empresa de las anteriormente descritas, produce pulpa de frutas de cacao en la ciudad de Guayaquil, dado que su comercialización en la ciudad de Guayaquil es limitada y usualmente no es comercializable por desconocimiento que la misma se pueda utilizar para el consumo humano, ya que normalmente es desechada o por falta de inversión en maquinaria especializada para su proceso.

Aquí en este punto es importante destacar la oferta, ya que fue segmentada a la hora de estimar la población objetivo porque no tienen una regla estandar de fidelización en la ciudad de Guayaquil en cuanto a una marca en especial para el consumo de pulpa de frutas, ya que la mayoría se mostro

dispuesta a adquirir la pulpa de fruta de cacao congelada de estar disponible en el mercado.

La limitante en cuanto a la oferta del producto de la pulpa de fruta de cacao en sí, por cuanto a la producción nacional es por que no se cuenta con toda la maquinaria especializada para el proceso de despulpado del grano del cacao, habría que importarla.

#### 4.1.5. Cálculo de la demanda objetiva

Ségún el alto consumo que se espararía de la pulpa de fruta de cacao congelada, como se detallo en los puntos anteriores. La produccion de la pulpa de fruta es limitante porque no se cuenta con toda la maquinaria especializada para el proceso del despulpado sin afectar el grano porque el mismo es utilizado para otros procesos en la industria del mundo cacaotero.

Solo se empezaría con el 7% de la demanda potencial propuesta.

$$13'645.667 * 7\% = 995.196 \text{ unidades en el primer año de operación}$$

La cual tendrá un crecimiento poblacional del 1,67% anual en la ciudad de Guayaquil y se estima la demanda potencial de la siguiente manera.

**Tabla 8**  
*Proyección de la demanda objetiva del Plan de Negocios*

<b>AÑO</b>	<b>Pulpa a comercializar</b>
<b>2024</b>	<b>995.196</b>
<b>2025</b>	<b>971.148</b>
<b>2026</b>	<b>987.367</b>
<b>2027</b>	<b>1'003.856</b>
<b>2028</b>	<b>1'020.620</b>

**Fuente:** Resultado de encuestas realizadas

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

## **4.1.6. Marketing Mix**

### **4.1.6.1 Producto**

Bien o servicio que una empresa ofrece a sus clientes para satisfacer sus necesidades.

La definición de producto puede ser un bien tangible o como un bien intangible, es decir, tangible como una mesa es decir que se puede tocar, palpar e intangible como un servicio de mantenimiento de aire acondicionado que no se puede tocar, pero si se puede ver.

El producto tiene atributos tangibles e intangibles que cosan de características que lo hacen agradable a la vista del consumidor, aquellas como empaque, color, precio y calidad, y marca otros adicionales como el servicio postventa, etc.

La pulpa de la fruta de cacao es una fuente natural de magnesio y potasio, estudios realizados catalogan al cacao como un superalimento ya que es capaz de actuar como vasodilatador, ayuda a la presión arterial, cuida el corazón, regula el ritmo cardiaco, proporciona energía, tiene efectos anti-inflamatorios y previene la diabetes tipo 2.

El proceso asegura que las vitaminas queden intactas en el producto

Las variables de un producto o un bien son: Variedad, calidad, diseño, característica, marca, envase, servicios, garantías.

#### **Los productos que ofrecerá Pulpa Cacao Express serán:**

- Packs de 4 unidades de sachet de 100g c/u de Pulpa de cacao congelada (Cada sachet rinde 5 porciones)
- Packs de 4 unidades de sachet de 100g c/u que contiene 2 sachet de pulpa de cacao, 1 sachet de pulpa fruta de mora, 1 sachet de pulpa de fruta de maracuyá (Cada sachet rinde 5 porciones)



- Packs de 4 unidades de sachet de 100g c/u que contiene 2 sachet de pulpa de cacao, 1 sachet de pulpa fruta de naranjilla, 1 sachet de pulpa de fruta de fresas (Cada sachet rinde 5 porciones)
- Sachet de mixes de 450 gramos pulpa de cacao o mucílago
- Sachet de mixes de 450 gramos pulpa de cacao o mucílago + mora
- Sachet de mixes de 450 gramos pulpa de cacao o mucílago + fresa
- Sachet de mixes de 450 gramos pulpa de cacao o mucílago + maracuyá
- Sachet de mixes de 450 gramos pulpa de cacao o mucílago + naranjilla

Todos los productos en mención tendrán 100% pulpa de fruta de cada una de las variedades.

### Marca

Fisher & Espejo, (2013); pág. 33 – Se denomina marca a cualquier nombre, término, símbolo o combinación de los elementos anteriores usados para identificar bienes o servicios.

Nombre comercial para los productos a ofrecer será de Fruta Express para que al escucharse su nombre este sea fácil de recordar, pronunciar y asimilar.

## FRUTA EXPRESS

### Logotipo

El logotipo incluirá la fruta principal en mención, acompañada por una variedad de colores, el logotipo cuán más sencillo sea, tendrá la probabilidad de quedarse en la mente de los consumidores.

#### Figura 32

*Logotipo Microempresa Pulpa Cacao Express*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## Empaque

El empaque es la parte más importante de cualquier producto, porque es el que le encargado de proteger y/o preservar el producto permitiendo extender su calidad y vida útil para el consumo del cliente final, además es una herramienta de promoción y venta. Fisher & Espejo, (2013); pág. 37

Los sachet de 100 gramos, además de llevar su propio empaque cada uno, al distribuirse se realizará en packs de 4 sachet cada uno, cada sachet rendirá 5 porciones.

**Figura 33**

*Envases Microempresa Pulpa Cacao Express*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Figura 34**

*Envases Microempresa Pulpa Cacao Express*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

Los sachet de 450 gramos tendrán su propio empaque cada uno, de acuerdo con los mixes que les corresponda.

En total en mixes de 450 son 4 sabores de pulpas de frutas, adicionando el sachet de 450 gramos de la pulpa de fruta del cacao.

**Figura 35**  
*Envases Microempresa Pulpa Cacao Express*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Figura 36**  
*Envases Microempresa Pulpa Cacao Express*

Información Nutricional	
Porciones por envase 1	
Tamaño de la porción 1/2 taza (100g)	
Calorías	60
	% Valor Diario*
Grasas Totales 0g	0%
Grasas Saturadas 0g	0%
Grasas Trans 0g	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0mg	0%
Carbohidratos Totales 13g	4%
Fibra Alimentaria 1g	
Azúcares Totales 8g	
Azúcares Agregados 0g	0%
Proteína 1g	2%

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Figura 37**  
*Envases Microempresa Pulpa Cacao Express*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

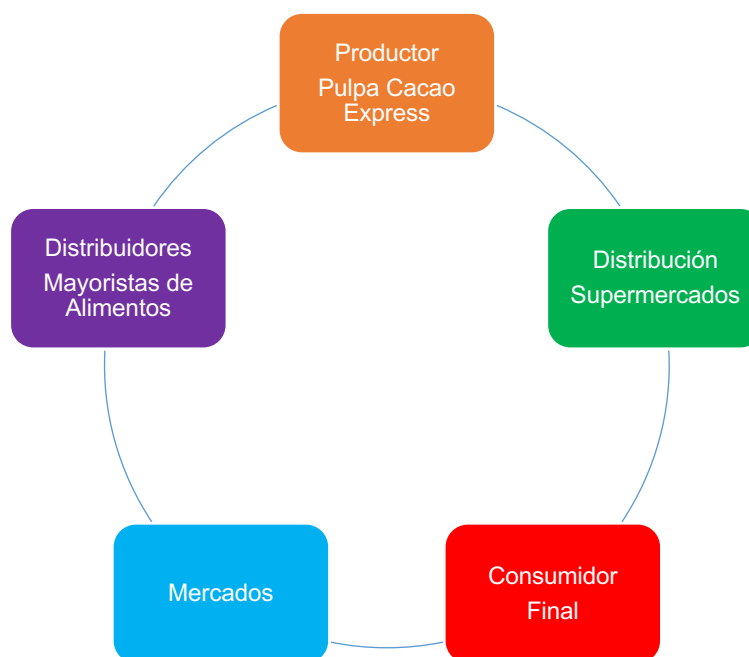
#### 4.1.6.2 Plaza

La plaza se refiere a la distribución, a los lugares en donde se van a comercializar los productos propuestos, así como determinar la forma en que los

mismos serán trasladados ( logística ) hacia los lugares de distribución o puntos de venta.

Según el Focus group y las encuestas realizadas, las personas van a adquirir las pulpas de frutas a los Supermercados, tales como: Aki, Super Aki, Supermaxi, Megamaxi, Mi comisariato por lo que los canales indirectos de distribución será el siguiente.

**Figura 38**  
*Canales de distribución*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

Uno de los principales distribuidores mayoristas de alimento de la ciudad de Guayaquil es Abarrotes Velez S.A.S, será quien se encargue de colocar la producción local en las diferentes tiendas de abasto ubicadas en la parroquia Ximena y Rocafuerte Suroeste de Guayaquil.

#### 4.1.6.3 Precio

Según Kotler & Gary (2003), pág. 124 : El precio es el dinero que se cobra por un producto o servicio. En terminos amplios, el precio es la suma de

los valores que el consumidor da a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

El precio de la empresa Pulpa Cacao Express con marca y nombre comercial Frutas Express, se lo determino de acuerdo a la presentación de los mismos, la competencia directa e indirecta y precios que oscilan en el mercado en general de los productos que se comercializarán para este plan de negocio.

### **Estrategia de fijación de precios**

Al ser varias presentaciones del producto de una fruta no tan reconocida que usualmente en la industria es desechada se decidira una estrategia de valor, que consiste en introducir productos de alta calidad a precios accesibles, para una rápida penetración en el mercado e industria.

#### **4.1.6.4 Promoción**

Por lanzamiento, se colocarán pequeñas islas en los lugares más frecuentados por personas de nivel socio económico medio típico y alto, dado que ellas pertenecen a nuestro mercado objetivo, de forma tal que puedan conocer y degustar el producto de manera que cuando salga a la venta puedan reconocerlo y comprarlo sin lugar a dudas.

En el cual se repartirán pequeñas muestras gratis, este método se utilizará con el fin de que los consumidores prueben el producto y puedan adquirirlo habiendo degustado y comprobado la efectividad y naturalidad del mismo.

Se tomará mucho en cuenta realizar publicidad en redes sociales ya que esto es el auge de hoy en día para alcanzar reconocimiento, la industria que se dedica a comercializar este tipo de productos no le ha dado énfasis hoy en día a la era digital para poder crecer.

## **Posicionamiento del producto**

La mayor ventaja que posee la pulpa de fruta de cacao es servirse como alternativa nutricional en las bebidas diarias de los consumidores y tiene múltiples beneficios para la salud, posee antioxidantes, es antiinflamatorio, disminuye los signos de envejecimiento celular, reduce el riesgo de cáncer, desintoxica el cuerpo, disminuye los problemas cognitivos, reducen el riesgo de pérdida de vista, cataratas o degeneración macular.

Es vasodilatador, dando mayor oxigenación en la sangre muy recomendado a deportistas, ayuda a personas con hipertensión.

Tiene propiedades, posee alto contenido de vitamina C, rico en hierro, fósforo y potasio, rico en vitamina A y B ayuda en la formación de los dientes y huesos sanos en los niños, regenerador natural de colágeno en el cuerpo.

## **Publicidad**

Se optará como estrategia la creación de páginas en las redes sociales de la empresa tales como: Instagram, Facebook, Tik tok, Telegram para que los consumidores finales interactuen y conozcan los beneficios, promociones de haber, dejen comentarios, sugerencias y así ir mejorando en calidad y presentación.

Aprovecharemos la publicidad móvil en taxis, buses, metro, etc.

### **4.1.7. ANÁLISIS FODA**

#### **FORTALEZAS**

- Se producirán y comercializarán 5 tipos de pulpa de fruta.
- Alianzas con productores nacionales para mantener los precios en niveles normales, evitando la especulación
- Maquinaria y tecnología apropiada para el desarrollo y producción de productos de calidad

- Costos bajos de producción y de materia prima con relación a competidores actuales
- El producto elaborado por PULPA CACAO EXPRESS se rige a normas higiénicas indispensables para su apto consumo.
- Las características del producto son lo que la tendencia del consumo busca actualmente, producto 100% Natural.

### **OPORTUNIDADES**

- Ventajas comparativas de producción por las características agroecológicas de las zonas productivas
- Mercado poco explotado y con tendencia al alza
- Disponibilidad de mano de obra
- Disponibilidad de materia prima (pulpas) durante casi todo el año. El Ecuador es el país rico en producción de Cacao de sus 24 provincias que tiene, 20 provincias son aptas para la producción de cacao.
- Posibilidad de receptar nuevos mercados debido a la apertura comercial
- Hoy en día los consumidores optan por lo natural.
- Con el tiempo se puede ir diversificando.
- Posible expansión de la marca y producto a otras ciudades del país.
- 

### **DEBILIDADES**

- Poco manejo de los canales de distribución
- Baja productividad de la mano de obra del sector
- Comercialización individual
- Escasa difusión del producto
- La empresa no estará aún posicionada en el mercado en la introducción de la pulpa de cacao.
- Se compra la pulpa de la fruta a agricultores de la provincia de Quevedo, aún no posee cultivos propios.
- Alto porcentaje de desconocimiento sobre las propiedades y beneficios de la pulpa de fruta congelada.

### **AMENAZAS**

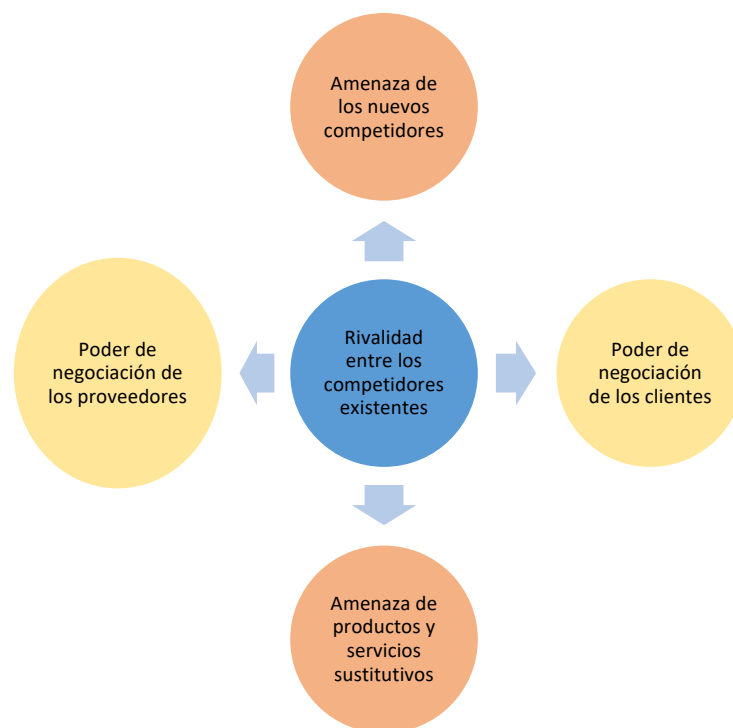
- Inestabilidad política y económica actualmente en el país.

- Paros, huelgas de trabajadores
- Enfermedades o situaciones climáticas desfavorables en el sector agrícola, principal proveedor de materia prima.
- En el mercado ecuatoriano aún no existe una cultura establecida de consumo de pulpa de fruta como tal y en un gran sector de la población incluso existe desconocimiento del producto y sus beneficios.

#### 4.1.8. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

**Figura 39**

*Módulo de las Cinco Fuerzas de Porter*



**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

En capítulos anteriores se indicó que este método de análisis se utilizará para diseñar estrategias de desarrollo en función de segmento en la que se ubique la Pulpa de Fruta de Cacao.

#### ***Competencia directa***

La pulpa de cacao o mucílago no cuenta con competencia directa en el mercado guayaquileño, es una fruta con mucha producción nacional debido a que somos reconocidos a nivel internacional por la producción del mejor cacao



del mundo y por ello se exporta el grano que ha sido el más aprovechado de la mazorca del cacao, lo que la industria desecha y los cacaoteros pequeños es el mucílago o pulpa del cacao al haber desconocimiento de sus propiedades y beneficios por consumirla. Tendremos competencia directa no reconocida por los consumidores guayaquileños, ya que en donde la han empezado a utilizar desde el año 2022 es en nuestra amazonía ecuatoriana en la hacienda Palo Santo y en Quito un grupo de emprendedores que desde el año 2021 empezaron a producirla y comercializarla para lo que hoy en día aun no cuenta con reconocimiento y por lo cual no es conocida por los consumidores.

### ***Productos sustitutos***

En cuanto a pulpas de frutas de otras variedades distintas al cacao tenemos ya marcas existentes reconocidas y estas se encuentran muy bien posicionadas y la pulpa de cacao también podría ser reemplazada por las diferentes marcas de jugos y néctares presentes en el mercado guayaquileño.

### ***Poder de negociación de proveedores***

La pulpa de fruta de cacao no es algo que se consigue fácilmente, ya que al desconocer sus propiedades y beneficios los productores cacaoteros optan por desecharla y comercializar solo el grano que es exportado internacionalmente, por lo que es necesario buscar productores cacaoteros nacionales y trabajar en conjunto para que provea la pulpa del cacao con excelente calidad y rigiéndose a las normas de calidad existentes en el Ecuador, garantizando costo constante de materia para la obtención de la pulpa, debidamente tratada y procesarla no afectando su naturalidad y posterior empaquetado y envasado de las pulpas.

### ***Poder de negociación de los clientes***

Los consumidores potenciales a los que va dirigida esta propuesta es aquellas que les gusta degustar de una bebida refrescante, 100% natural, nutritiva y con múltiples beneficios para la salud y para los que pasan

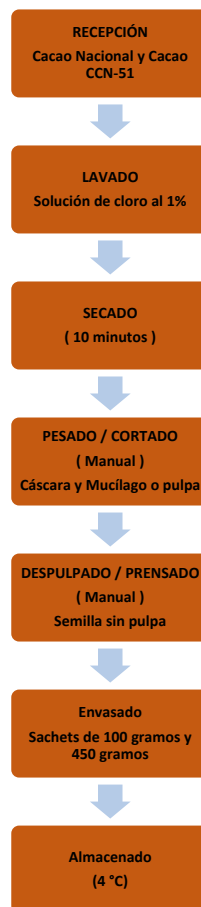
normalmente ocupados diariamente y desean tomar una bebida refrescante y no cuentan con mucho tiempo para lavar, pelar, desinfectar la fruta para luego realizarse la bebida y prefieren algo más rápido y fácil de hacer.

## 4.2. Estudio técnico

### 4.2.1. Descripción del proceso productivo

**Figura 40**

*Diagrama de Flujo del proceso para Pulpa de Fruta de cacao*



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

- Recepción de la materia prima (variedad de cacao clon CNN-51 y Nacional Arriba), estas deben ser lavadas (solución clorada al 1 %) para evitar algún tipo de contaminación al momento de la extracción del de la pulpa de cacao, posteriormente se pesa con la ayuda de una balanza a granel Pioneer-USA.

- Se procede a cortar las mazorcas de forma manual, una vez abierta la mazorca se coloca las semillas en un recipiente plástico desprovistas estas del mucílago. Tanto la mazorca retirada, la pulpa de cacao y las semillas con pulpa son pesadas individualmente.

- Una vez recogidas todas las semillas con pulpa se colocan en un colador metálico y se procede a presionar manualmente las semillas con el fin de extraer una parte de la pulpa de los granos, es necesario el uso de un baño termostático (recipiente con hielo y sal marina) para la recepción de la pulpa de fruta del cacao con el fin de que esta no se altere, de igual forma las semillas con un porcentaje retirado de la pulpa estas son pesadas.

Luego se pesa la pulpa de cacao obtenida, para finalmente ser envasado en sachets plasticos de 100 ml y 450 ml luego almacenado en refrigeración a 4 °C.

#### **4.2.2. Recepción de materias primas**

En este proceso se mide la calidad de la materia prima realizando un análisis de muestreo de las mazorcas que van llegando.

Se extrae y pesa en una balanza analítica Pioneer-USA una determinada cantidad de pulpa de cacao junto con sus semillas (Wip), la materia prima obtenida se somete a un proceso de extracción de la pulpa del cacao, de acuerdo con lo establecido en la sección 3.3.3.1., las semillas sin pulpa se pesan (Wfp); Con los pesos obtenidos se procede a realizar el cálculo del rendimiento.

Se procede a pesar en una balanza analítica un volumen conocido (100 ml) de pulpa de cacao contenido en una bureta, la pulpa de cacao será extraída de acuerdo con la sección 3.3.3.2., para el cálculo se toma en cuenta el peso de la bureta vacía.

### **4.2.3. Lavado**

Se realiza el lavado con agua potable para eliminar todas las impurezas de la fruta fresca que trae directamente del campo. Luego se procede a desinfectar con el objetivo de eliminar lo mayormente posible la carga microbiana presente en la materia prima para lo cual se sumerge a la fruta en una solución de 50 ppm del hipoclorito de sodio. Después se separa la corteza de los granos, para esto se realiza un corte longitudinal a las mazorcas con precaución de no cortar las almendras que se encuentran adheridas a la placenta. La extracción de las almendras se realiza a mano, para efectuar este paso se utilizan machetes cortos bien afilados y desinfectados. Otra alternativa para separar las almendras es dar pequeños golpes a la mazorca con un mazo pequeño de madera, la ventaja de este último es que no se cortan las almendras la cual incrementa el rendimiento y la calidad de la almendra que se obtiene.

Se procede a seleccionar las frutas que se encuentren en mal estado, podridas, manchadas, que presenten enfermedades y colores extraños al color apropiado del mucílago. Luego se separa la placenta de las almendras. También hay que tener en cuenta la presencia de agentes contaminantes.

### **4.2.4. Extracción de pulpa**

En este paso una vez separada la almendra, ingresan a la despulpadora por la parte superior del equipo y empieza la extracción, en la parte inferior se coloca un recipiente correctamente desinfectado en donde cae la pulpa ya extraída, mientras que en la parte frontal del equipo se obtiene el grano ya despulpado listo para fermentar.

Otro de los métodos para extraer es colocarlas en un colador y remover con un cucharón de plástico para facilitar su extracción, debajo del colador se coloca un recipiente previamente desinfectado donde cae toda la pulpa removida.

#### **4.2.5. Pasteurización**

La pulpa se somete a una pasteurización de 72°C por 20 segundos

#### **4.2.6. Envasado**

Una vez pasteurizada la pulpa se coloca dentro de los sachets de 100 gramos y 450 gramos correspondientemente para luego pasar a sellarlas con una selladora manual.

#### **4.2.7. Almacenamiento**

Se colocan las pulpas en el congelador vertical a una temperatura de 4° C.

### **4.3. Rendimiento por mazorca de cacao**

#### **4.3.1. Rendimiento por despulpadora**

Una vez pesada, lavada y desinfectada, la mazorca de cacao pasa al siguiente proceso, que es el quebrado o corte de la mazorca, en el cual se separa la cáscara que es el 78% del peso total de la mazorca de las almendras. dentro de este proceso se rechaza en promedio un 1% de la placenta y también por almendras en mal estado. luego de esto, las almendras pasan a ser quitadas las pulpas por medio de un colador con máximo cuidado, en el que el porcentaje de la pulpa que se queda adherido a las paredes del colador que es tan bajo y no es significativo para darle valor y el total de la mazorca que se obtiene en sí de la semilla es del del 17%, y semillas listas para la fermentación y posterior secado que esto es para otro proceso, luego la pulpa una vez extraída con un total de 4% ingresa a ser pasteurizada, perdiendo el 0.2% por evaporación por el proceso de pasteurización, obteniendo el 3.8 de rendimiento con relación al peso inicial de la mazorca de cacao.

## Entradas

Fruta del cacao despulpada

## Salidas

Pulpa de fruta del cacao descongelada

### 4.4. Instalaciones a implementarse de producción

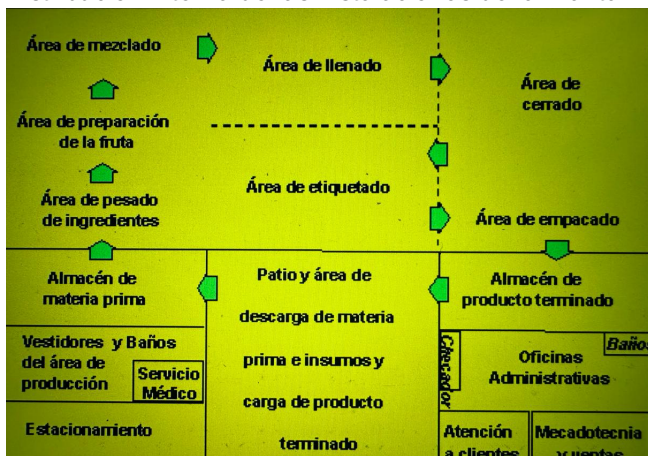
#### 4.4.1. Tamaño de la planta

El terreno de las instalaciones de la planta será arrendado contará con un área total de 800 m<sup>2</sup> de construcción, dividido de la siguiente manera.

- 420 m<sup>2</sup> área de galpón de producción que incluye todas las áreas descritas en los puntos anteriores, aquí incluye el área de laboratorio.
- 70 M<sup>2</sup> área de oficinas administrativas.
- 70 m<sup>2</sup> área de baños y vestidores.
- 60 m<sup>2</sup> área de estacionamiento.
- 160 m<sup>2</sup> área para descarga y carga de materia prima y productos finales.
- 20 m<sup>2</sup> para atención a clientes y distribuidores.

**Figura 41**

*Distribución interna de las instalaciones de la Planta*



Fuente: Secretaría de economía / Guías empresariales / Gobierno de México, (2023)

#### 4.4.2 Diseño y distribución de las instalaciones / planta

La planta contará con todas las obras civiles necesarias para su normal y óptimo funcionamiento.

El diseño, la distribución y la extensión de la planta fue obtenido a través de la observación de las diferentes plantas procesadoras de pulpas de frutas, hechas en su mayoría por técnicos especializados en ingeniería industrial, mecánica, en alimentos y civil; además de personas que tienen años de experiencia en este campo. Se detallan a continuación las secciones que tendrá la planta.

**Áreas de oficina:** Lugar donde se encuentra la Dirección General, oficinas del personal de ventas, administración, etc. Este lugar deberá tener servicios higiénicos, electricidad, y espacio suficiente para poder transitar sin complicaciones.

**Laboratorio:** Es necesario un lugar en donde se tomen las muestras de producto terminado para determinar su grado de calidad. Por ello es necesario que este preparado de un ambiente limpio, aséptico, con luz y ventilación necesarias.

**Área de Sanitarios:** Los empleados de la planta cuentan con servicio higiénicos limpios y alejados del lugar donde se procesan los alimentos, para evitar contaminaciones.

**Cámara de almacenamiento:** Esta cámara es de tamaño industrial en el que se almacenan las pulpas cuando están terminadas a temperaturas bajas para evitar su deterioro. Aquí esperan los sachet y packs de pulpa hasta que los camiones de la empresa los recojan para su traslado a los mercados mayoristas.

**Área de proceso:** Es el lugar de proceso de las frutas. Desde las cámaras donde se almacenan la fruta, hasta la sala de las máquinas aisladas del

exterior. Aquí es donde se encuentran instaladas las maquinarias. Ya que el galpón contará con toda la infraestructura eléctrica, de agua potable y sanitaria.

**Bodega y calderos:** Es una sala en donde se encuentran los insumos almacenados como aceites y combustible (aislados del calor), herramientas, tanques, fundas; y, por otro lado, se encuentran los generadores de calor de la planta, bombas de agua, tuberías, etc.

**Garaje:** Se dispondrá de un garaje donde llegan los autos de la empresa, clientes o de los mayoristas. Estos deben estar alejados de la planta para evitar problemas con los camiones de frutas.

#### **4.4.3. Localización de las instalaciones**

##### **Macro localización**

Al ser el mercado objetivo el presente Plan de Negocios la ciudad de Guayaquil, lo lógico es que la planta esté ubicada en la Provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

##### **Micro localización**

Para una localización óptima se realizará por puntos ponderados, seleccionando los principales factores que beneficiarán o perjudicarán la ubicación de las instalaciones en este sitio, y asignarles un peso Urbina, (2012)

En la siguiente tabla se muestran los factores seleccionados y pesos asignados.



**Tabla 9***Factores de selección por peso asignado*

	<b>Factor</b>	<b>Peso</b>
1	Cercanía a los principales centros de consumo	0,25
2	Disponibilidad de materia prima	0,05
3	Infraestructura industrial	0,30
4	Nivel escolar de la mano de obra	0,10
5	Clima ( facilidad para inundarse por lluvias )	0,15
6	Estímulos fiscales	0,15

**Fuente:** Consulta realizada a varios profesionales de la rama agroindustrial**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

De acuerdo a varias entrevistas realizadas a Ingeniero industrial, un ingeniero civil, un ingeniero agrónomo, un ingeniero comercial, todos con experiencias en la industrialización de las frutas, se pudo pre-determinar tres sitios que podrían ser los ideales entre los siguientes: Sector Inmaconsa ( Vía a Daule ), Cda Mapasingue Este y Vía Perimetral Norte.

**Tabla 10***Factores de selección por peso asignado*

Factor	Peso	Calificación			Calificación ponderada		
		Mapasingue	Inmaconsa	Perimetral	Mapasingue	Inmaconsa	Perimetral
1	0,25	9	8	7	2,25	2,00	1,75
2	0,05	10	9	9	0,50	0,45	0,45
3	0,30	8	9	7	2,40	2,70	2,10
4	0,10	8	8	7	0,80	0,80	0,70
5	0,15	9	8	7	1,35	1,20	1,05
6	0,15	10	10	10	1,50	1,50	1,50
<b>Total</b>	<b>1,00</b>				<b>8,80</b>	<b>8,65</b>	<b>7,55</b>

**Fuente:** Consulta realizada a varios profesionales de la rama agroindustrial**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

Según la tabla 9 la que presenta la mayor calificación para poner las instalaciones es la Ciudadela Mapasingue.

#### 4.4.4. Selección de equipos y maquinaria

A continuación se detalla las maquinarias necesarias para el proceso productivo de la pulpa de fruta de cacao congelada.

**Tabla 11***Equipos y maquinaria para instalaciones*

<b>Equipo</b>	<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>
Báscula	0,5 toneladas	1
Banda Transportadora	Motor giratorio de 0,5HP 220 V.	1
Montacargas CAT	1 tonelada	1
Tanque de Al con agitador	400 litros, con motor de 1 HP.	2
Lavadora de agua a presión	10 aspersores hasta 0,5 ton/h.	1
Tapadora marca Mapisa	25 frascos/min, 3 motores de 0,75 HP.	1
Pre-esterilizadora de vapor	5 aspersores de vapor, 2 motores 1 HP	1
Ventilador	1 metro de diámetro	1
Tubería de Al	2 pulgadas de diámetro	14,5 m.
Bomba de Al	3 HP.	2
Purificador de agua	1 motor de 2 HP.	1
Caldera SELMEC	15 HP., motor de 3 HP.	1
Etiquetadora	25 etiquetas/minuto. Motor de 1 HP	1
Envasadora	25 frascos/minuto. Motor de 0,75 HP	1

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

#### **4.4.5. Cálculo de la mano de obra**

El plan de negocio toma en cuenta para el funcionamiento de la planta la contratación de mano de obra con determinadas cualidades.

La planta ofrece plazas de trabajo entre obreros y mano de obra especializada. Esta cantidad se ha tomado a partir de la observación minuciosa de otras plantas de esta naturaleza, y se ha llegado a la conclusión de este número como aproximado al óptimo, según los gerentes de las empresas.

##### **4.4.5.1. Mano de Obra Directa**

En este grupo se consideran a los obreros que trabajan en la planta, conserje y guardias los cuales se contratará una compañía de seguridad que brinde protección en las instalaciones. Se estima que la planta funcione los días de lunes a sábado desde las 8 a.m. hasta las 5 p.m., en un solo turno diurno. El horario incluye la hora de almuerzo. El costo por la mano de obra directa corresponde a que tiene relación directa con el proceso de producción, se trata mayormente de personal seleccionador de frutas, bodegueros, operarios de maquinarias y un jefe de planta. Se considera un número de trabajadores, detallados a continuación:

**Tabla 12***Requerimiento de mano de obra para la producción de la pulpa de cacao*

<b>Actividad</b>	<b>Frecuencia por día</b>	<b>MOD necesaria</b>	<b>Tiempo total/día</b>
Recepción de frutas	1	0,25	2h
Pesado de M.P.	7	0,7	3h
Lavado de frutas	7	2,5	3,5h
Despulpado	7	0,4	1,4h
Mezclado	7	NN	-
Esterilización	7	NN	-
Envasado	Continua	1	7h
Etiquetado	250 jugos/hora	1	7h
Almacenamiento			
<b>Total</b>		<b>5,85</b>	

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

Si sumamos la cantidad de la mano de obra directa, resulta que se requieren 5,85 obreros, es decir, 6 empleados para producir una media de 0,5 toneladas de pulpa de fruta de cacao por día de trabajo, con una jornada de ocho horas diarias con una hora de comida. Completando así el horario de la jornada laboral de 9 horas incluida la hora del almuerzo.

La determinación de tiempos requeridos para cada operación se realizó con base en tiempos predeterminados obtenidos en empresas similares en funcionamiento, pero estos estudios no se muestran aquí Urbina, (2012).

#### **4.4.5.2. Mano de obra indirecta**

En este grupo se incluye al técnico especializado que contratará la planta, un conserje y dos guardias en turnos rotativos. El técnico será un ingeniero en alimentos con amplia experiencia en otras plantas procesadoras de frutas.

**Empleados de ventas:** Son personas especializadas en promocionar el producto, tanto interna como externamente, y contactar compradores desde el territorio nacional. Inicialmente se contratará a dos vendedores.

**Personal de Administración:** En este grupo se incluyen secretaria, contador, y gerente de la planta.

## **4.5. Estudio Organizacional y legal**

### **4.5.1. Estructura organizacional**

El objetivo de este plan de negocios es crear una microempresa productora y comercializadora de pulpa de fruta de cacao congelada.

La compañía contará con el personal necesario para empezar, es decir solo el requerido por lo que algunos puestos serán multifuncionales, quiere decir que una persona realizará varias funciones.

Las funciones de los departamentos financiero, contabilidad y auditoría se realizará a través del outsourcing, quiere decir que se contratará a un contador externo para que realice el trabajo y guardianía subcontratada para que brinde seguridad en las instalaciones y el personal que colabora de plantan y los mismos clientes se sientan seguros.

#### **A continuación, se menciona el personal total a contratar:**

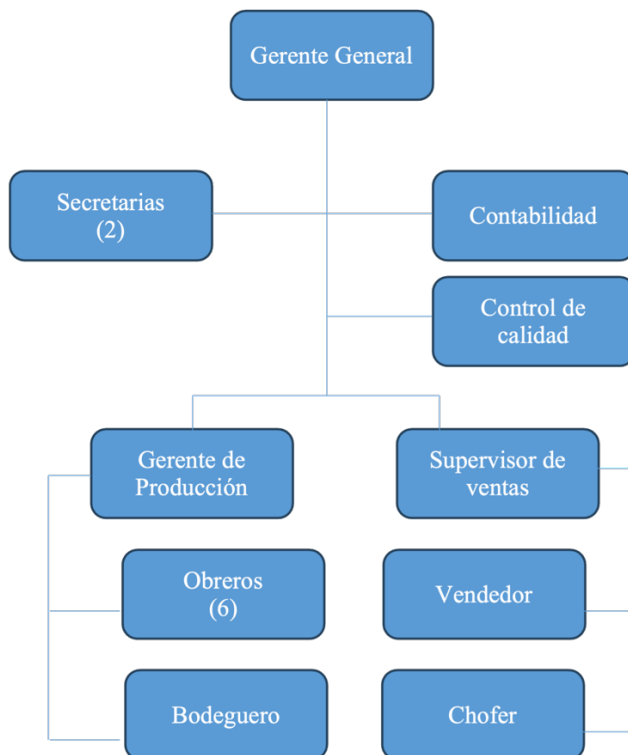
- Administrativo:
  - Gerente general
  - Jefe de operaciones ó Gerente de producción
  - Supervisor de ventas

Se contratará dos secretarías para que asistan a las gerencias, tendremos personal técnico y de apoyo administrativo por lo que contaremos con:

- Técnico de mantenimiento (1)
- Bodeguero (1)
- Vendedor (1)
- Chofer para realizar la logística de distribución de producto

Con estos datos se procede a realizar el organigrama mostrado en la siguiente figura:

**Figura 42**  
Organigrama de la empresa PULPA CACAO EXPRESS



Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.5.2 Funciones específicas por puestos de trabajo

**Gerente General:** Persona responsable del óptimo funcionamiento de la planta, y quien rendirá cuentas ante los propietarios de la empresa. Ejerce funciones de control sobre el resto de los empleados, es quien tomará las decisiones más importantes en cuanto al rumbo del negocio se refiere.

**Contador:** Es quien se encargará de llevar la contabilidad del negocio, trabajando mancomunadamente con el encargado del almacén principal y rindiendo cuentas al gerente general.

**Secretaria:** Asistirán al gerente en cuanto a la recepción de llamadas, elaboración de informes, presentación de reportes y demás actividades que faciliten la labor cotidiana de la gerencia.

**Supervisor de ventas:** Es el encargado de que la producción se encuentre en excelentes y perfectas condiciones desde la producción hasta el proceso final del producto terminado y estén propicias para el buen funcionamiento del proceso de comercialización, desde el abastecimiento de las bodegas hasta la entrega del producto final a los intermediarios. Tendrá como subordinados inmediatos a los vendedores, establecerá las compensaciones correspondientes por eficiencia y establecerá los acuerdos comerciales con los principales compradores, tanto locales como internacionales de ser el caso.

**Gerente de operaciones / Jefe de operaciones:** Encargado del correcto funcionamiento de las máquinas y de los tiempos de los obreros para que alcancen una óptima productividad diaria que se reflejará en las cantidades de producción estimadas y alcanzadas. Se reportará directamente con el gerente general, ayudará con información contable a la contadora y tendrá a su cargo al bodeguero.

**Bodeguero:** Es el responsable de la salida y entrada del producto a las bodegas del almacén. Es quien llevará inventarios, función que cumplirá junto con su jefe inmediato y en el momento que se abra y se cierre la planta, mientras que en el transcurso del día supervisará el almacenamiento del producto final.

**Obreros:** Son las personas, hombres y mujeres, que se encargarán de receptor las frutas, limpiarlas, pesarlas, pelarlas y seguir todos los procesos técnicos hasta que se obtenga la pulpa de la fruta del cacao; estarán bajo la supervisión directa del jefe de operaciones.

**Vendedores:** Se encargarán inicialmente de promocionar las pulpas en los supermercados elegidos como intermediarios de las distintas cadenas de supermercados de la ciudad tales como la cadena de supermercados Corporación La Favorita ( Supermaxi, Megamaxi, Aki, Super Aki), Corporación el Rosado (Mi comisariato, Tuti), Tía en donde se contratarán modelos impulsadoras en cada uno de los supermercados mencionados y se hará degustar el producto a los posibles consumidores ó clientes y se entregará una muestra gratis a quienes muestren interés en el producto.

### **4.5.3. Aspectos legales**

La empresa PULPA CACAO EXPRESS, no tendrá algún impedimento en lo legal para poder funcionar y podrá ser instalada sin ningún problema. No será una empresa contaminante, ni consumidora de los recursos tales como el agua.

Lo que sí debe tener siempre presente es que, ya que es una empresa productora de alimentos procesados, debe sujetarse a las normas que exige el Ministerio de Salud Pública en cuanto a las características fisicoquímicas, bacteriológicas del producto. Las normas rigen para la elaboración de pulpas, jugos de frutas, entre otras son:

- NTE INEN 282
- RTE INEN 131
- NTE INEN 2 337:2008
- CODEX STAN 247-2005
- CODEX STAN 192-1995

Estas normas contienen todo lo referente a definiciones del producto, clasificación y denominación, las disposiciones sanitarias, especificaciones, muestreo, métodos de prueba, etiquetado, marcado, envase, almacenamiento, semáforo nutricional, embalaje. Si se llegase a incumplir alguna de estas normas en los productos tendrían serios problemas la empresa.

## **4.6. Estudio Económico**

### **4.6.1. Inversión inicial en Propiedad, planta, equipos y gastos legales de la microempresa**

La inversión en activos es posible poderla diferenciar claramente según su tipo. En este punto se define la inversión monetaria sólo en los activos no corrientes, que corresponden a todos los bienes necesarios para operar la empresa desde los puntos de vista de producción, administración y ventas. El

activo corriente, al ser otro tipo de inversión, este se determina en el siguiente punto.

De acuerdo a las leyes impositivas vigentes, el IVA no se debe tomar en cuenta como parte de la inversión inicial.

**Tabla 13**  
*Inversión en propiedad, planta y equipo para producción*

<b>Cantidad</b>	<b>Equipo</b>	<b>Precio Unitario en dólares</b>	<b>5% Flete y seguros en dólares</b>	<b>Costo total colocado en planta en dólares</b>
1	Báscula 0,5 ton.	\$1.460,00	\$0,00	\$1.460,00
1	Lavadora de aspersión	\$6.000,00	\$300,00	\$6.300,00
1	Tanque Al 400 litros	\$3.150,00	\$158,00	\$3.308,00
1	Tanque de concentración	\$12.800,00	\$640,00	\$13.440,00
5	Válvulas de paso de Al 2 pulgadas	\$335,00	\$0,00	\$1.675,00
1	Preesterilizadora de vapor	\$10.000,00	\$500,00	\$10.500,00
1	Bomba de Al 2 pulgadas	\$870,00	\$0,00	\$870,00
3	Tubería Al 2 pulgadas (metros)	\$145,00	\$0,00	\$435,00
9	Banda transportadora (metros)	\$1.280,00	\$64,00	\$12.096,00
1	Envasadora	\$8.420,00	\$421,00	\$8.841,00
1	Selladora industrial	\$5.500,00	\$275,00	\$5.775,00
1	Etiquetadora	\$6.310,00	\$316,00	\$6.626,00
1	Ventilador Industrial	\$280,00	\$0,00	\$278,00
1	Montacargas	\$4.370,00	\$219,00	\$4.589,00
1	Caldera	\$4.975,00	\$249,00	\$5.224,00
1	Sistema purificador de agua	\$400,00	\$0,00	\$400,00
1	Herramientas para mantenimiento	\$800,00	\$0,00	\$800,00
1	Congelador Industrial	\$1.200,00	\$0,00	\$1.200,00
	<b>Total</b>			<b>\$83.817,00</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)



**Tabla 14***Propiedad planta y equipo para oficinas*

<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>	<b>Precio unitario en dólares</b>	<b>Costo total en dólares</b>
5	Computadoras de servicio	\$350,00	\$1.750,00
1	Impresora scanner copiadora	\$240,00	\$240,00
3	Escritorio gerencial	\$150,00	\$450,00
3	Silla gerencial	\$35,00	\$105,00
6	Vestidor	\$20,00	\$120,00
5	Teléfono de escritorio	\$35,00	\$175,00
1	Camión de 2.5 toneladas	\$18.500,00	\$18.500,00
2	Muebles de baño regaderas	\$100,00	\$200,00
1	Dispensador de agua	\$60,00	\$60,00
3	Archivador	\$125,00	\$375,00
1	Juego de muebles para sala de star	\$450,00	\$450,00
8	Sillas plásticas	\$7,00	\$56,00
2	Mesas plásticas	\$35,00	\$70,00
	<b>Total</b>		<b>\$22.551,00</b>

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

Actualmente el sitio que se escogió para ubicar las instalaciones es Mapasingue Este, existiendo 3 lugares que cumplen con el requisito de tener galpón para poder manejar toda nuestra logística, cumple con el espacio estipulado para poder tener oficinas administrativas y ventas, sanitarios, parqueadero y el galpón para la entrada y salida de camiones para la carga y descarga de mercadería y materia prima que es de 800 m2.

**Tabla 15***Inversión de gastos pagados por anticipado*

<b>Concepto</b>	<b>Total en dólares</b>
Gastos legales de constitución	\$800,00
Registro sanitario	\$300,00
Diseño de página web	\$1.200,00
Ingeniería del proyecto	\$2.934,00
Garantía por alquiler de galpón	\$3.200,00
Registro de Marca IEPI Fruta Express	\$500,00
Publicidad pre-operativa	\$2.060,00
<b>Total</b>	<b>\$10.994,00</b>

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

Según las NIIF ( Normas Internacionales de Información Financiera ) el activo diferido es normalmente conocido como Gastos diferidos que son los activos intangibles que la empresa necesita previa a su puesta en marcha:

- Gastos legales para constituir la empresa suman \$ 800,00
- Certificado de registro sanitario de los productos a comercializar tiene un costo inicial de \$ 300,00.
- Diseño de la pagina web empresarial que incluye el hosting \$ 1200,00.
- Cálculo de la inversión por la ingeniería del proyecto, comprendiendo la instalación y puesta en marcha de todos los equipos y máquinas para elaborar la pulpa de fruta del cacao congelada , se estima un 3,5% de la inversión de los activos de producción.
- Garantía por dos meses, que se entrega por adelantado al dueño del galpón donde se instalará la empresa PULPA CACAO EXPRESS.
- Registro de la marca intelectual Frutas Express \$ 500,00 en el IEPI.
- Publicidad pre-operativa a realizar en las distintas cadenas de supermercados de la ciudad tales como la cadena de supermercados Corporación La Favorita ( Supermaxi, Megamaxi, Aki, Super Aki), Corporación el Rosado (Mi comisariato, Tuti), Tía en donde se contratarán modelos impulsadoras en cada uno de los supermercados mencionados y se hará degustar el producto a los posibles consumidores ó clientes y se entregará una muestra gratis a quienes muestren interés en el producto.

**Tabla 16**  
*Inversión en propiedad planta y equipo y gastos legales*

<b>Concepto</b>	<b>Costo en dólares</b>
Equipo de Producción	\$83.817,00
Equipo de Oficina y ventas	\$22.551,00
Gastos legales	\$10.994,00
<b>Total</b>	<b>\$117.362,00</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.6.2. Inversión de Capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar y comercializar los productos. Contablemente se define como activo circulante menos pasivo circulante. A su vez, el activo circulante esta conformado por los rubros Caja y Bancos, Inventario y Cuentas por Cobrar. Por su lado, el pasivo circulante esta conformado de los rubros sueldos y salarios, proveedores, impuestos e intereses.

Al ser una empresa nueva y no puesta en marcha, se estimará el Capital de Trabajo bajo el Método del Período de Desfase.

De acuerdo a Sapag Chain (pp. 208), este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en el que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta aquel en el que se recauda el ingreso por la venta de los productos Sapag, Sapag, & Sapag, (2015).

Para el cálculo de la inversión en capital de trabajo (ICT) es determinada por la siguiente expresión:

$$ICT = \frac{Ca}{300} * nd$$

Se utilizan 300 días, no 365 días, por cuanto la planta solo operará esa cantidad de días del año. El periodo de atraso promedio se calcula en 45 días, por cuanto los distribuidores mayoristas solicitarán 60 días de crédito para pagar a la empresa. Lo cual constituirá al rubro cuentas por cobrar.

Y los proveedores otorgarán 15 días para el pago de materia prima y demás materiales indirectos para la elaboración de pulpas de fruta de cacao congelada. Lo cual constituirá en cuentas por pagar para la compañía.

Calculando los costos operativos directos de la empresa en su primer año operativo en \$176.055 dólares Bajo este método. La ICT se estima en.

$$ICT = \frac{176.055}{300} * 45$$

$$= \$ 26.408$$

#### 4.6.3. Inversión Inicial Total

La inversión inicial Total se describe detalladamente en Estado de Situación Financiera Inicial de la compañía.

**Tabla 17**

*Estado de Situación Inicial*

<b>ACTIVO</b>	
<b>Activo Corriente</b>	
Caja, Banco	\$14.901,95
Inventarios	\$11.506,34
Otros activos corrientes	\$10.993,60
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$37.401,89</b>
<b>Activo No Corriente</b>	
Equipo de producción	\$83.817,25
Equipo de Oficina	\$22.551,00
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>\$106.368,25</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>\$143.770,14</b>
<b>Pasivo</b>	
<b>Pasivo Corriente</b>	
Obligaciones a corto plazo	\$16.543,64
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$16.543,64</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>	
Obligaciones por Pagar Instituciones Financieras	\$83.456,36
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>\$83.456,36</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$100.000,00</b>
<b>Patrimonio</b>	
Capital Social	\$43.770,14
<b>Total del Patrimonio</b>	<b>\$43.770,14</b>
<b>Total de Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$143.770,14</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### **4.6.4. Financiamiento**

Como podemos observar en la tabla 16 para poder financiar la inversión se hará uso de dos fuentes de financiamiento:

Aporte de capital propio \$ 43.770,00 a través de la aportación de 4 de los socios de aportarán \$ 10.000,00 cada uno, exceptuando la de la idea de realizar el presente proyecto mediante este Plan de Negocios que realizara un aporte de \$ \$ 13.770,00 y pasaría automáticamente a ser la socia mayoritaria de la compañía a crearse para eel presente proyecto.

Nos ayudará a financiarnos también un crédito bancario por \$ 100.000,00 al Banco de la Producción ( Banco Produbanco )

Dejando como garantía prenda todos los activos no corrientes por un valor de \$ 106.368,00 y una garantía hipotecaria de una pequeña vivienda valorada comercialmente en \$ 30.000,00 cumpliendo con unos requisitos de el Banco de la producción que es el valor de las garantías y éstas suman el 125% del crédito solicitado ( Este caso es por \$ 125.000,00 ).

#### **4.6.5. Costos directos de producción**

##### **Materia Prima y Materiales directos**

Según lo estimado para la demanda objetiva del producto, el mercado guayaquileño tendría una demanda mínima de 995.196 unidades de pulpa de fruta de cacao; de acuerdo a los resultados de las encuestas, el 61,80 % de los encuestados gustan de probar pulpas de frutas en presentación personal de 100 gramos, mientras que el porcentaje restante 38,20 % prefiere presentaciones familiares de 450 gramos. De aquí se tuvo que obtener una media de la pregunta de los encuestados. Cuánto estaría dispuesto a pagar por 100 gramos de pulpa de cacao 100% natural orgánico y libre de aditivos? Ya que no se realizo la pregunta de las preferencias en presentaciones del producto en el cuestionario de encuestas.

**Tabla 18***Producción de Pulpa de la fruta del cacao por tamaño*

Tamaño	Presentación	Cantidad de unidades
Familiar 450 gramos	Sachet	380165
Personal 100 gramos	Sachet	615031
<b>Producción</b>		<b>995196</b>

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

La presentación del producto son dos: de 100 gramos y 450 gramos  
Si 100 gramos en litros contiene 100 ml y 450 gramos en litros contiene 450 ml.

**Tabla 19***Producción en litros de la Pulpa de la fruta del cacao por tamaño*

Gramos	Unidades a producir	Gramos en ml	Gramos en ml	Mililitros	Litros
450	380165	450	100	171074192	171074
100	615031	100	100	61503113	61503
	<b>995196</b>			<b>232.577.305</b>	<b>232.577</b>

**Elaborado por:** Ochoa, A. (2024)

Una vez pesada, lavada y desinfectada, la mazorca de cacao pasa al proceso, que es el quebrado o corte de la mazorca, en el cual se separa la cáscara que es el 78% del peso total de la mazorca de las almendras. Dentro de este procedimiento al menos se descarta un promedio el 1% de la placenta y por almendras en mal estado.

Luego de esto, las almendras son llevadas para el proceso de despulpado por medio de un colador en el que el porcentaje del mucílago que se queda adherido a las paredes del colador es muy bajo que no es significativo para darle valor y el total de la mazorca que se obtiene de la semilla es del 17%, y semillas listas para la fermentación y posterior secado que esto es para otro proceso, luego la pulpa una vez extraída con un total de 4% ingresa a ser pasteurizada, y va perdiendo el 0.2% por evaporación en el proceso de pasteurización y a su vez solo obtener el 3.8% de rendimiento de la pulpa de la fruta del cacao con relación al peso inicial de la mazorca de cacao.

Aparte de la fruta se requiere sorbato de potasio y ácido cítrico para que actúen como preservantes y conservantes del producto final, respectivamente. De acuerdo con el grupo focal el producto no requiere azúcar ya que la fruta de por sí es dulce por lo que no es necesario agregar este producto adicional al producto final.

El número de granos en promedio es de 47 almendras por mazorca, el índice de grano es de un peso promedio de dos gramos seco; en cuanto al índice de mazorcas, se requieren 12 mazorcas para obtener un kilogramo de cacao seco estimado.

Hay que aclarar que por el peso de la mazorca es un tanto difícil estimar cuantos litros o mililitros de pulpa de fruta de cacao se puede sacar de una mazorca, ya que debemos contar la cáscara y los granos o almendras. Ya que usualmente en los granos hay que dejar un porcentaje de la pulpa de la fruta del cacao para que estas se fermenten y se puedan utilizar sus almendras para otros procesos.

Por lo que si podemos es estimar es que de acuerdo al rendimiento de cada mazorca solo se aprovecha el 3,8% de la misma para la producción de la pulpa de la fruta del cacao. Es decir que si un kilogramo trae 12 mazorcas y de cada mazorca se aprovecha el 3,8%, quiere decir que de un kilogramo de cacao solo aprovecharemos el 0,456% del kilogramo del cacao para obtener la pulpa.

Usualmente el cacao se empaca en sacos de bramante o yute y cada asaco trae 60 kilogramos.

Estimando que cada kilogramo trae 12 mazorcas por los 60 kilogramos. En un quintal de cacao podremos obtener 720 mazorcas de las que solo aprovecharíamos el 27,36% del quintal del cacao. Por lo que se tendría que buscar proveedores cacaoteros que solo nos vendan la pulpa de la misma y trabajar en conjunto por los procesos a seguir para la obtención de la misma.

**Tabla 20***Costo de materia prima*

Material de Empaque	Costo/Kg	Cant. Total Kilogramo	Costo total por Kg.	Costo total diario	Costo total mensual	Costo total anual
Pulpa de fruta de cacao	0,09	1	\$0,09	\$57,35	\$1.433,70	\$17.204,35
Sorbato de potasio	8	0,007	\$0,06	\$35,68	\$892,08	\$10.704,93
Ácido cítrico	1	0,03	\$0,03	\$19,12	\$477,90	\$5.734,78
<b>Total</b>			<b>\$0,18</b>	<b>\$112,15</b>	<b>\$2.803,67</b>	<b>\$33.644,06</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Tabla 21***Costo de envases y embalaje*

Material de Empaque	Costo Kg	Cant. Total por Kg	Costo total por Kg.	Costo total diario	Costo total mensual	Costo total anual
Sachet hermético de 100 gr	0,003	10	\$0,03	\$19,38	\$484,54	\$5.814,43
Sachet hermético de 450 gr	0,005	2	\$0,01	\$6,46	\$161,51	\$1.938,14
Empaque para packs 100 gr	0,03	1	\$0,03	\$19,38	\$484,54	\$5.814,43
Etiquetas	0,02	1	\$0,02	\$12,92	\$323,02	\$3.876,29
Cajas de cartón	0,02	1	\$0,02	\$12,92	\$323,02	\$3.876,29
<b>Total</b>			<b>\$0,11</b>	<b>\$71,07</b>	<b>\$1.776,63</b>	<b>\$21.319,59</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Tabla 22***Costo de materiales para producción de pulpa de frutas*

Otros materiales	Consumo mensual	Consumo anual	Costo unitario en dólares	Costo anual en dólares
Mascarillas desechables	25 pzas	300	\$0,05	\$15,00
Guantes de látex	12 pares	144	\$0,75	\$108,00
Botas de Látex	6 pares	72	\$6,00	\$432,00
Detergente industrial	10 Kg	120	\$3,50	\$420,00
Escobas	2 pzas	24	\$1,00	\$24,00
Trapeadores	2 pzas	24	\$1,50	\$36,00
Desinfectantes	5 litros	60	\$15,00	\$900,00
Cepillos Industriales	3 pzas	36	\$1,30	\$46,80
<b>Total Anual</b>				<b>\$1.981,80</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**Mano de Obra Directa**

Como se mencionó en puntos anteriores, al inicio de las actividades empresariales, se requerirá de la mano de obra de 6 colaboradores (obreros de producción) en un solo turno de 8 horas diarias de labores, con una hora de almuerzo. Más sin embargo se requerirá que también laboren los días sábados por media jornada laboral para la elaboración de los productos de pulpa de cacao



con la finalidad de que estos queden listos para entrega a distribución el día lunes para que salgan al recorrido de entregas temprano a los distintos distribuidores.

Se aprovechará el día sábado para realizar limpieza exhaustiva de los equipos y máquinas e instalaciones en general, lo cual debe realizarse al menos una vez al mes.

La persona encargada de la bodega también formará parte de la mano de obra directa.

A continuación se detalla tabla de sueldos y salarios de todos los colaboradores de la compañía, tomando en cuenta que también cuenta con prestaciones sociales y beneficios de ley para los colaboradores.

**Tabla 23**

*Sueldos y Salarios de todos los colaboradores de la Empresa Pulpa Cacao Express S.A.*

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>												
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario Unificado</b>	<b>Horas extras</b>	<b>Comisión venta</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>13er Sueldo</b>	<b>14to Sueldo</b>	<b>Fondos de reserva</b>	<b>Total de provisiones</b>	<b>Total de remuneraciones</b>	<b>Sueldo Total mensual</b>	<b>Sueldo total anual</b>
<b>Obrero</b>	6	\$460,00	\$50,00	\$0,00	\$55,89	\$42,50	\$38,33	\$38,32	\$119,15	\$804,19	\$4.825,16	\$57.901,87
<b>Bodeguero</b>	1	\$460,00	\$66,67	\$0,00	\$55,89	\$43,89	\$38,33	\$38,32	\$109,89	\$812,99	\$812,99	\$9.755,89
<b>Total remuneración</b>		<b>\$920,00</b>	<b>\$116,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$111,78</b>	<b>\$86,39</b>	<b>\$76,67</b>	<b>\$76,64</b>	<b>\$229,04</b>	<b>\$1.617,18</b>	<b>\$5.638,15</b>	<b>\$67.657,76</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>												
<b>Gerente de Producción</b>	1	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$103,28	\$70,83	\$70,83	\$70,81	\$212,47	\$1.378,22	\$1.378,22	\$16.538,62
<b>Secretaria</b>	1	\$500,00	\$0,00	\$0,00	\$60,75	\$41,67	\$41,67	\$41,65	\$109,89	\$795,62	\$795,62	\$9.547,48
<b>Total remuneración</b>		<b>\$1.350,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$164,03</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$112,46</b>	<b>\$322,36</b>	<b>\$2.173,84</b>	<b>\$2.173,84</b>	<b>\$26.086,10</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>												
<b>Gerente General</b>	1	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$133,65	\$91,67	\$91,67	\$91,63	\$274,96	\$1.783,58	\$1.783,58	\$21.402,92
<b>Secretaria</b>	1	\$650,00	\$0,00	\$0,00	\$78,98	\$54,17	\$54,17	\$54,15	\$109,89	\$1.001,34	\$1.001,34	\$12.016,12
<b>Total remuneración</b>		<b>\$1.750,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$212,63</b>	<b>\$145,83</b>	<b>\$145,83</b>	<b>\$145,78</b>	<b>\$384,85</b>	<b>\$2.784,92</b>	<b>\$2.784,92</b>	<b>\$33.419,04</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>												
<b>Supervisor de ventas</b>	1	\$850,00	\$0,00	\$895,00	\$103,28	\$70,83	\$70,83	\$70,81	\$212,47	\$2.273,22	\$2.273,22	\$27.278,62
<b>Vendedor</b>	1	\$500,00	\$0,00	\$612,00	\$60,75	\$41,67	\$41,67	\$41,65	\$109,89	\$1.407,62	\$1.407,62	\$16.891,48
<b>Chofer</b>	1	\$800,00	\$0,00	\$0,00	\$97,20	\$66,67	\$66,67	\$66,64	\$199,97	\$1.297,15	\$1.297,15	\$15.565,76
<b>Total remuneración</b>		<b>\$2.150,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$1.507,00</b>	<b>\$261,23</b>	<b>\$179,17</b>	<b>\$179,17</b>	<b>\$179,10</b>	<b>\$522,34</b>	<b>\$4.977,99</b>	<b>\$4.977,99</b>	<b>\$59.735,86</b>
<b>Total remuneraciones</b>		<b>\$6.170,00</b>	<b>\$116,67</b>	<b>\$1.507,00</b>	<b>\$749,66</b>	<b>\$523,89</b>	<b>\$514,17</b>	<b>\$513,96</b>	<b>\$1.458,59</b>	<b>\$11.553,93</b>	<b>\$15.574,90</b>	<b>\$186.898,76</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## **Costos Indirectos de Fabricación**

El costo de la energía eléctrica se estimó teniendo en cuenta el consumo de otras empresas del sector agroindustrial ubicadas en el sector del Norte De Guayaquil, tomando en cuenta un consumo promedio de \$ 650,00

El Agua potable de la misma manera, pero este consumo es menor comparado al de la energía eléctrica \$ 140,00.

El costo de combustible por la bomba que se comprará es de 20 galones de diésel semanal.

Alquiler de las instalaciones mensual será de \$1.600,00

Costo de mantenimiento de las máquinas y equipos de producción se lo estimo en un 2% del valor total de las máquinas que se adquirirán.

Se contrarará los servicios de un laboratorio externo para que garantice la calidad del producto final, según las investigaciones realizadas en promedio mensual el costo ascenderá alrededor de los \$ 350,00

Se tomará en cuenta el gasto por depreciación de activos fijos de producción que se detalla a continuación:

**Tabla 24***Presupuesto de producción*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Total Anual</b>
Materia Prima	\$33.644,06
Envases	\$21.319,59
Otros Materiales	\$1.981,80
Mano de Obra directa	\$67.657,76
Mano de obra indirecta	\$26.086,10
Energía eléctrica	\$7.800,00
Agua	\$1.680,00
Combustible	\$1.075,36
Alquiler Instalaciones	\$19.200,00
Mantenimiento	\$1.676,34
Control de calidad	\$4.200,00
Depreciación	\$2.255,10
<b>Total</b>	<b>\$188.576,10</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### **4.6.6. Gastos de administración**

Los gastos administrativos comprenden el sueldo del personal del área administración:

Gerente general y Secretaria.

Servicios externos contables \$ 350,00 mensuales

Guardianía privada \$ 600,00n mensuales

Papelería y suministros de oficina \$ 60,00

Permisos y tasas municipales se pagan una vez por año \$ 450,00

Servicios básicos de oficina, incluido internet y telefonía fija \$ 100,00 mensuales

Depreciación de planta y equipos de oficina \$ 3.298,00.

**Tabla 25***Gastos de administración*

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Gerente general	\$21.402,92
Secretaría	\$12.016,12
Contabilidad externa	\$4.200,00
Guardianía	\$7.200,00
Suministros de oficina	\$720,00
Tasas, permisos de funcionamiento	\$450,00
Depreciación	\$3.298,00
Servicios básicos de oficina	\$1.200,00
<b>Total</b>	<b>\$50.487,04</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

**4.6.7. Gastos de ventas**

Los gastos del área de ventas comprende lo que es el sueldo del personal de ventas:

Supervisor de ventas, vendedor y chofer, incluyendo la comisión del vendedor y supervisor de ventas por metas de ventas logradas por el vendedor, también la publicidad realizada en medios de comunicación, redes sociales aquí incluirá prestar los servicios de ciertos influencers reconocidos en el medio para que por medio de ellos nos puedan ir reconociendo los consumidores por un monto de \$ 5.000,00 anuales, mantenimiento de vehículo 3.102,00 (combustible y lubricantes) y 185,00 por gastos imprevistos mecánicos varios, depreciación vehículo por un valor de \$ 3.700,00.

**Tabla 26***Gastos de administración*

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Supervisor de ventas	\$27.278,62
Vendedor	\$16.891,48
Chofer	\$15.565,76
Publicidad	\$5.000,00
Mantenimiento de vehículo	\$185,00
Operación de vehículo	\$3.102,00
Depreciación	\$3.700,00
<b>Total</b>	<b>\$71.722,86</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.6.8. Gastos Financieros

Son aquellos intereses que se pagan mensualmente por el préstamo bancario al Banco de la Producción ( Banco Produbanco ) recibiendo un crédito bancario por \$ 100.000,00 para poder llevar a cabo el Plan de Negocios propuesto.

**Tabla 27**

*Tabla de amortización*

Año	Interés	Anualidad	Pago capital	Deuda después de pago
0				\$100.000,00
1	\$9.500,00	\$26.043,64	\$16.543,64	\$83.456,36
2	\$7.928,35	\$26.043,64	\$18.115,29	\$65.341,07
3	\$6.207,40	\$26.043,64	\$19.836,24	\$45.504,83
4	\$4.322,96	\$26.043,64	\$21.720,68	\$23.784,15
5	\$2.259,49	\$26.043,64	\$23.784,15	<b>\$0,00</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.6.9. Depreciación y amortización de activos fijos

Los activos no corrientes normalmente se deprecian linealmente mientras que los gastos pagados por anticipado se amortizan por un período de cinco años, de acuerdo a lo estipulado por el Servicio de Rentas Internas. Solo las máquinas y equipos de producción tienen un Valor de Salvamento (VS) después de los cinco años de evaluación del presente proyecto por un monto total de US\$ 11.276,00.

**Tabla 28**

*Costo por depreciación*

Concepto	Valor	%	1	2	3	4	5	VS
Equipo de Producción	\$22.551,00	10,00%	\$2.255,10	\$2.255,10	\$2.255,10	\$2.255,10	\$2.255,10	\$11.275,50
Vehículos	\$18.500,00	20,00%	\$3.700,00	\$3.700,00	\$3.700,00	\$3.700,00	\$3.700,00	\$0,00
Equipo de Oficina	\$1.886,00	20,00%	\$377,20	\$377,20	\$377,20	\$377,20	\$377,20	\$0,00
Equipo de computación	\$2.165,00	33,33%	\$721,59	\$721,59	\$721,59	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos pagados por anticipado	\$10.994,00	20,00%	\$2.198,80	\$2.198,80	\$2.198,80	\$2.198,80	\$2.198,80	\$0,00
<b>Total</b>			<b>\$9.252,69</b>	<b>\$9.252,69</b>	<b>\$9.252,69</b>	<b>\$8.531,10</b>	<b>\$8.531,10</b>	<b>\$11.275,50</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.6.10. Resumen de Costos y Gastos

Se suman los costos y gastos de operación del proyecto estimado para el primer año de operación, excluyendo los gastos financieros, se obtienen entre costos y gastos de operación \$310.786,00

**Tabla 29**

*Costo y gastos totales*

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>	<b>Porcentaje</b>
Costo de Producción	\$188.576,10	61%
Gastos de administración	\$50.487,04	16%
Gastos de ventas	\$71.722,86	23%
<b>Total</b>	<b>\$310.786,00</b>	

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

El costo de producción asciende a \$ 1,65 / Kg

**Tabla 30**

*Costo unitario de producción*

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>	<b>Porcentaje</b>
Costo de Producción	\$188.576,10	100%
<b>Total</b>	<b>\$188.576,10</b>	
Costo Unitario / Kg	\$1,65	

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

#### 4.6.11. Ingresos proyectados

Las cantidades que se van a vender por tamaño y presentación de pulpa de fruta de cacao se describieron anteriormente.

Los precios que se exponen en la siguiente tabla son para distribuidores mayoristas, para lo cual se le agregaría un margen de ganancia del 25%, lo cual hace que el precio de venta al público sea diferente.

**Tabla 31***Ingresos proyectados*

Ingresos proyectados	Precio	P.V.P. Sugerido	Cantidad Anual	Ingresos anuales
Pulpa de Fruta de Cacao 450 gramos	\$4,58	\$6,11	380165	\$2.321.540,93
Pulpa de Fruta de Cacao 100 gramos	\$1,13	\$1,50	615031	\$922.546,50
<b>Total</b>				<b>\$3.244.087,43</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

Los ingresos proyectados durante los siguientes cinco años estimados en el plan de negocio tienen un incremento anual del 1,67% el cual esta ligado al crecimiento poblacional de la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 32***Ingresos proyectados*

AÑO	INGRESOS
<b>2025</b>	\$3.244.087,43
<b>2026</b>	\$3.298.263,69
<b>2027</b>	\$3.353.344,70
<b>2028</b>	\$3.409.345,55
<b>2029</b>	\$3.466.281,62

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## 4.7. Evaluación Financiera

### 4.7.1. Estado de Resultados Proyectado

A continuación, se presenta el Estado de Resultados proyectado a cinco años de la empresa Pulpa Cacao Express con la siguiente propuesta de negocio.

**Tabla 33***Estado de resultados con financiamiento sin inflación*

Concepto	2025	2026	2027	2028	2029
Ingreso	\$3.244.087,43	\$3.298.263,69	\$3.353.344,70	\$3.409.345,55	\$3.466.281,62
(-) Costo de producción	\$188.576,10	\$191.725,32	\$194.927,13	\$198.182,42	\$201.492,06
(-) Gastos de Administración	\$50.487,04	\$51.330,17	\$52.187,39	\$53.058,92	\$53.945,00
(-) Gastos de Ventas	\$71.722,86	\$72.920,63	\$74.138,41	\$75.376,52	\$76.635,31
(-) Gastos Financieros	\$9.500,00	\$7.928,35	\$6.207,40	\$4.322,96	\$2.259,49
(=) U.A.I.	\$2.923.801,43	\$2.974.359,22	\$3.025.884,37	\$3.078.404,74	\$3.131.949,76
(-) Impuestos ( 25% )	\$730.950,36	\$743.589,80	\$756.471,09	\$769.601,19	\$782.987,44
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>\$2.192.851,08</b>	<b>\$2.230.769,41</b>	<b>\$2.269.413,28</b>	<b>\$2.308.803,56</b>	<b>\$2.348.962,32</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)



## 4.7.2. Flujo neto de Inversión

**Tabla 34**

*Flujo del inversionista*

Concepto	2025	2026	2027	2028	2029
Ingreso	\$3.244.087,43	\$3.298.263,69	\$3.353.344,70	\$3.409.345,55	\$3.466.281,62
(-) Costo de producción	\$188.576,10	\$191.725,32	\$194.927,13	\$198.182,42	\$201.492,06
(-) Gastos de Administración	\$50.487,04	\$51.330,17	\$52.187,39	\$53.058,92	\$53.945,00
(-) Gastos de Ventas	\$71.722,86	\$72.920,63	\$74.138,41	\$75.376,52	\$76.635,31
(-) Gastos Financieros	\$9.500,00	\$7.928,35	\$6.207,40	\$4.322,96	\$2.259,49
(-) Gastos Depreciación	\$9.252,69	\$9.252,69	\$9.252,69	\$8.531,10	\$8.531,10
<b>(=) U.A.I.</b>	<b>\$2.914.548,74</b>	<b>\$2.965.106,52</b>	<b>\$3.016.631,68</b>	<b>\$3.069.873,64</b>	<b>\$3.123.418,66</b>
(-) Impuestos ( 25% )	\$728.637,18	\$741.276,63	\$754.157,92	\$767.468,41	\$780.854,67
<b>(=) Utilidad después de Impuestos</b>	<b>\$2.185.911,55</b>	<b>\$2.223.829,89</b>	<b>\$2.262.473,76</b>	<b>\$2.302.405,23</b>	<b>\$2.342.564,00</b>
Depreciación	\$9.252,69	\$9.252,69	\$9.252,69	\$8.531,10	\$8.531,10
(-) Pago de Capital	\$16.543,64	\$18.115,29	\$19.836,24	\$21.720,68	\$23.784,15
<b>(=) FNE</b>	<b>\$2.178.620,61</b>	<b>\$2.214.967,30</b>	<b>\$2.251.890,21</b>	<b>\$2.289.215,65</b>	<b>\$2.327.310,95</b>

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## 4.7.3. Punto de Equilibrio

Según Franco, Bobadilla-Soto y Rebollar (2014); el punto de equilibrio es el nivel de producción en donde existe la igualdad de la suma de los costos fijos y variables y los ingresos por ventas durante un periodo económico.

El cálculo que se obtuvo para cada uno de los años proyectados, en el año 2025 se debe vender por lo menos 42.899 unidades de Pulpa de fruta de cacao, equivalente al 4% de la producción estimada, lo que en ventas significaría que esto representaría un valor mínimo de \$ 139.838,60 y conforme van pasando los años proyectados el punto de equilibrio se mantiene al quinto año operativo en 4%.

**La fórmula para el Cálculo del Punto de Equilibrio es:**

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio de Venta} - \text{Costo de Venta})}$$

**Tabla 35***Cálculo del punto de Equilibrio*

<b>Concepto</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
<b>Ventas</b>	\$3.244.087,43	\$3.298.263,69	\$3.353.344,70	\$3.409.345,55	\$3.466.281,62
<b>Costos Variables</b>	\$188.576,10	\$191.725,32	\$194.927,13	\$198.182,42	\$201.492,06
<b>Costos Fijos</b>	\$131.709,90	\$132.179,16	\$132.533,19	\$132.758,39	\$132.839,80
<b>Pto. De Equilibrio</b>	4%	4%	4%	4%	4%
<b>Unidades</b>	42899	42344	41760	41144	40493
<b>Ventas</b>	139838,60	140336,82	140712,71	140951,81	141038,23

Elaborado por: Ochoa, A. (2024)

## CONCLUSIONES

Hoy en día la tendencia de una alimentación sana orientada a la conservación y mantenimiento de la salud, con ahorro de tiempo en la preparación y optimización del producto, ha llevado a PULPA CACAO EXPRESS a encontrar una oportunidad en el negocio de la comercialización de pulpas de fruta de cacao congelada 100% natural sin aditivos ni preservantes naturales o artificiales.

Que con la elevada competitividad de la producción reflejada en esta área en el mercado de pulpas de frutas y especialmente en el sector de Guayaquil; ofrecen sus productos al mercado como una nueva tendencia de consumo.

Para un alcanzar un incremento significativo en ventas se elaboró un Plan de Negocio que permitirá a PULPA CACAO EXPRESS ser la marca líder en el mercado; promocionando y posicionando la marca en la mente del consumidor mediante estrategias medibles con productos de excelente calidad, bajo costo y sobre todo con un producto que no es muy reconocido en el mercado nacional como tal que es la pulpa o mucílago del cacao.

Tiene muy buenas señales de ser muy competitivo en el mercado por ser un producto 100% natural, sin aditivos ni preservantes y tiene propiedades y beneficios para la salud. Esto es uno de los puntos a favor de PULPA CACAO EXPRESS.

Se observa que existe una demanda de productos procesados en el mercado internacional, el de pulpas congeladas específicamente ha tenido un crecimiento durante los últimos años, mientras que en el mercado local, la poca demanda que existente no ha sido totalmente satisfecha por los actuales oferentes, por lo que es conveniente iniciar un plan masivo de mercadeo para posicionarnos en la mente de los consumidores, y de esta manera, incentivar la demanda actual y poder cumplir con este proyecto plasmado en el presente plan de negocios.

## RECOMENDACIONES

Se debe buscar alianzas alianzas para crear conciencia sobre las propiedades y beneficios de la pulpa de la fruta de cacao, para la salud y al ser un 100% natural y que de esta manera pueda aumentar su consumo, no solo se beneficiaría la empresa que está proponiendo el plan de negocios sino también los pequeños productores cacaoteros, porque sería como un plus para ellos, ya que no solo comercializan la mazorca para procesar la almendra sino que también podrían crear alianzas con productores de la pulpa de la fruta del cacao.

Tratar de mantener alianzas con los pequeños y grandes productores de cacao con el fin de siempre mantenerse abastecidos, pagarles el precio justo por su trabajo, peso del producto, esto ayudará a que se incentiven y sigan sembrando la fruta. Por si el proyecto de este plan de negocios tiene el éxito esperado, se podrá expender la venta de la pulpa a nivel nacional y porque no internacionalmente.

El Ecuador al cumplir con las condiciones climáticas para el cultivo del cacao y ser no de los países que más lo cultiva porque 20 provincias del Ecuador lo cultivan de las 24 que tenemos, eso es un gran punto a favor porque somos ricos en producción de la fruta, quiere decir que no es tan fácil quedarnos sin materia prima para producir y comercializar la pulpa de la fruta de cacao congelada y más aun porque aporta valor en los consumidores porque no solo basta con ser natural, sino que aporta propiedades y beneficios para la salud por su gran valor nutricional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abner Carreño, D. S. (15 de Diciembre de 2015). Plan de negocio.  
Obtenido de: <http://plandenegociosudo.blogspot.com/2015/12/que-es-el-plan-de-negocios.html>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (21 de Diciembre de 2015). Obtención de Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados (Fabricación Nacional). Obtenido de [www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional](http://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional)
- Agrocalidad. (2012). Guía de Buenas Prácticas Agrícolas para cacao.
- Aguirre José. (2020). Importancia de la determinación del punto de equilibrio en proyectos de empresas  
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2023/09/05CA2021-1.pdf>
- Agrosavia. (2020) <https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/35705>
- Bajaña Lizeth. (2017). Utilización de la pulpa de cacao (Theobroma cacao) para la elaboración de postres como alternativa gastronómica. Riobamba  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11521/1/84T00564.pdf>
- Cabrera Astrid. (2019). Plan de Negocio, Empresa, Producto, Confección, Comercialización <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2764/1/T-ULVR-2546.pdf>
- CAC. (2016). Pangoa. Manual de proceso de la calidad de cacao fino de aroma
- Chicango Ana. (2014). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la industrialización y comercialización de mascarillas estéticas faciales elaboradas a base de pulpa del cacao en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2506>

- Chopra Sunil, Meindl Peter. (2008). En Administración de la Cadena de Suministro. Estrategia, Planeación y Operación (pág. 3). México: Pearson Educación.
- Chocolat Boutique. (2015). Manual de procedimientos del sistema de producción. CONCEPTODEFINICION.DE. (17 de Octubre de 2015). Definición de Cadena de Suministro. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/cadena-de-suministro/>
- Compañía Nacional de Chocolates. 2019. <https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/35708>
- Cultura Acai. (2022). <https://culturaacai.com>
- David, F. (2013). En Conceptos de Administración Estratégica (pág. 107). México: Pearson Educación.
- Delgado Natasha. (2018). Plan de manejo integral de residuos derivados de la extracción de la pulpa de cacao en la hacienda Bellavista, luz de América, provincia de Azuay Ecuador. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/30454/1/Trabajo%20de%20titulación.pdf>
- El universo. (14 de Marzo de 2018). Obtenido de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/03/14/nota/6665290/81-empresas-familiares-se-centra-ocho-sectores>
- Enríquez G., Paredes A. “El cultivo del cacao”, 3era reimpresión EUNED, San José, Costa Rica, (1989), pág. 61 [https://books.google.com.mx/books?id=3JRfK0v\\_pYMC&printsec=frontcover&dq=cacao&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=cacao&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=3JRfK0v_pYMC&printsec=frontcover&dq=cacao&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=cacao&f=false)
- Gonzales, Z. M. (2015). Guia de Ideas y Plan de negocios

GUAYAQUIL, M. D. (2024). Cómo obtengo una Solicitud para Registro de Patente. Obtenido de: <https://www.guayaquil.gob.ec/como-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente/>

Guerrón Raquel. (2018). Proyecto de Factibilidad para la producción del cacao con vista a exportación en la finca Lesly Ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11750/1/T-UCSG-POS-MFEE-135.pdf>

Happy Co. (2017). <http://hco.ec>

Hidalgo Stéphanie. (2017). Plan de Negocio para la exportación de Pulpa Jackfruit al mercado de estados unidos <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8470/1/UDLA-EC-TINI-2017-106.pdf>

INEN. NTE INEN 176: Granos de cacao. Requisitos. 2018.

INEN. NTE INEN 177.95: Cacao en grano. Muestreo. 1995.

Latorre, A. (1996). Bases Metodologicas de la Investigación Educativa. [https://www.academia.edu/4537791/Latorre\\_Antonio\\_Bases\\_Metodologicas\\_De\\_La\\_Investigacion\\_Educativa](https://www.academia.edu/4537791/Latorre_Antonio_Bases_Metodologicas_De_La_Investigacion_Educativa)

Magallanes A. ( 2019 ) Plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2764>

Maisincho Maritza. (2006). Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero de Alimentos <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3341/1/P80%20Ref.2969.pdf>

Ministerio de Agricultura y ganadería. (2024).

<https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-cacao-en-grano-de-america/>

Ministerio de trabajo, m. y. (2014). Trabajo migraciones y seguridad social.

<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>

Oña Angel. Sistema de clasificación de granos de cacao frescos basados en visión computacional. (2020).

<https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20676?mode=full>

Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria. (2016). Manual de buenas prácticas agrícolas y empaque de cacao (Theobroma cacao)

Rodriguez Andres. (2013). Estudio de tres métodos para la obtención de la pulpa del mesocarpio del cacao ( Theobroma cacao variedad CCN.51 )

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/710/1/UDLA-EC-TIAG-2013-11.pdf>

Rojas Johanna. (2017). Aprovechamiento del mucílago del cacao (Theobroma cacao) en la formulación de una bebida no alcohólica

[https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiHw8O-kaiEAXWvIGoFHQUyAqM4ChAWegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Frepository.unprg.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F20.500.12893%2F2684%2FRojas\\_Sosa\\_Johanna\\_Marleny\\_y\\_Rojas\\_Manayay\\_Erick\\_David.pdf%3Fsequence%3D5%26isAllowed%3Dy&usq=AOvVaw2FleVYgikFqR03UoekBq5g&opi=89978449](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiHw8O-kaiEAXWvIGoFHQUyAqM4ChAWegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Frepository.unprg.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F20.500.12893%2F2684%2FRojas_Sosa_Johanna_Marleny_y_Rojas_Manayay_Erick_David.pdf%3Fsequence%3D5%26isAllowed%3Dy&usq=AOvVaw2FleVYgikFqR03UoekBq5g&opi=89978449)

Servicio Nacional de derechos intelectuales. (2024).

<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>



TodoMarketing. (Agosto de 2013). Que es el Ciclo de Vida del Producto (CVP).  
Obtenido de [www.todomktblog.com/2013/08/ciclo-vida-producto-cvp.html](http://www.todomktblog.com/2013/08/ciclo-vida-producto-cvp.html)

Torres, B. (2006). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (Segunda ed.). México: Pearson Education.

Treklens. (12 de Julio de 2006). Jackfruit. Obtenido de  
<http://www.treklens.com/gallery/photo159728.htm>

Unidad de Editorial de revistas, (2020). Cuidate Plus:  
<https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/cacao.html>

Urbina, G. B. (2012). Evaluación de Proyectos. México DF.: McGraw-Hill.  
Vainrub. (2009).

Wordpress. (1 de Febrero de 2009). Mapa de Asia: Un continente de contrastes. Obtenido de:  
<https://geocia.wordpress.com/2009/02/01/mapa-de-asia-un-continente-de-contrastes>