

TESIS DE GRADO:

““CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL EN EL ÁREA DE SANGOLQUÍ, PROVINCIA DE PICHINCHA”



Tesis de Grado presentada por:
Katuska Lucas Uquillas
Juan Manuel Maggi
Ma. José Yagual

Previo a la obtención del título de:
Ingeniería Comercial y Empresarial

DIRECTOR PROPUESTA:
Econ. Geovanny Bastidas

**Guayaquil – Ecuador
2010**

CAP. 1: RESUMEN DEL PROYECTO

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

- Este estudio está enfocado a la producción y comercialización del Tomate de árbol (*Cyphomandra betacea*), también llamado internacionalmente Tamarillo, en la zona andina de Ecuador específicamente Sangolquí Provincia de Pichincha.
- Nuestros mercados potenciales **Estados Unidos** en América; **Alemania, España, Francia, Holanda**, en Europa, **Japón** en Asia
- Nuestros mercados competitivos
Colombia
Nueva Zelanda



CAP. 1: PROBLEMAS

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

- El tomate de árbol es un producto sensible a las plagas que siempre están en cualquier cultivo y esto con lleva a que si no hay un buen cuidado de la plantación esta podrá afectar a toda la cosecha.
- Al ser nuevos en este negocio puede ser que no encontremos una buena mano de obra calificada, o que actualmente los productores de esta fruta no permitan que sembremos, a luciendo que pondremos en peligro su producción.



CAP. 1: OPORTUNIDADES

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

- Las perspectivas de la fruta en el mercado local del tomate de árbol son alentadoras debido a que si hay una mayor producción de esta fruta en nuestro país, se dejará de importar este fruto, lo que permite que la producción sea mayor para satisfacer a nuestro mercado.
- El mercado internacional especialmente Europa actualmente ha catalogado a esta fruta como exótica especialmente por su acidez lo que permite que su consumo sea mayor el cual nos permitirá ofrecer nuestro producto.



CAP. 1: ALCANCE

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo IV:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Nuestro proyecto tiene como meta alcanzar la mayor cantidad de mercados o destinos, aprovechando las bondades y el atractivo que tiene los productos ecuatorianos en el mundo en especial el tomate de árbol



CAP. 1: OBJETIVOS GENERALES

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo IV:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Establecer la viabilidad técnica y financiera del cultivo de tomate de árbol, orientado hacia la satisfacción de la oferta al mercado internacional y mercado local, aprovechando las óptimas zonas agrícolas disponibles y mejorando los ingresos del país.



CAP. 1: OBJETIVOS ESPECÍFICO

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo IV:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

- Realizar un estudio de tomate de árbol para determinar la rentabilidad del negocio.
- Analizar la producción actual de tomate de árbol y formas apropiadas de cultivo para exportación.
- Identificar los mercados internacionales que demanden este producto, asegurándose un mercado de compra seguro y rentable.



CAP. 2: INTRODUCCIÓN

Capítulo
I

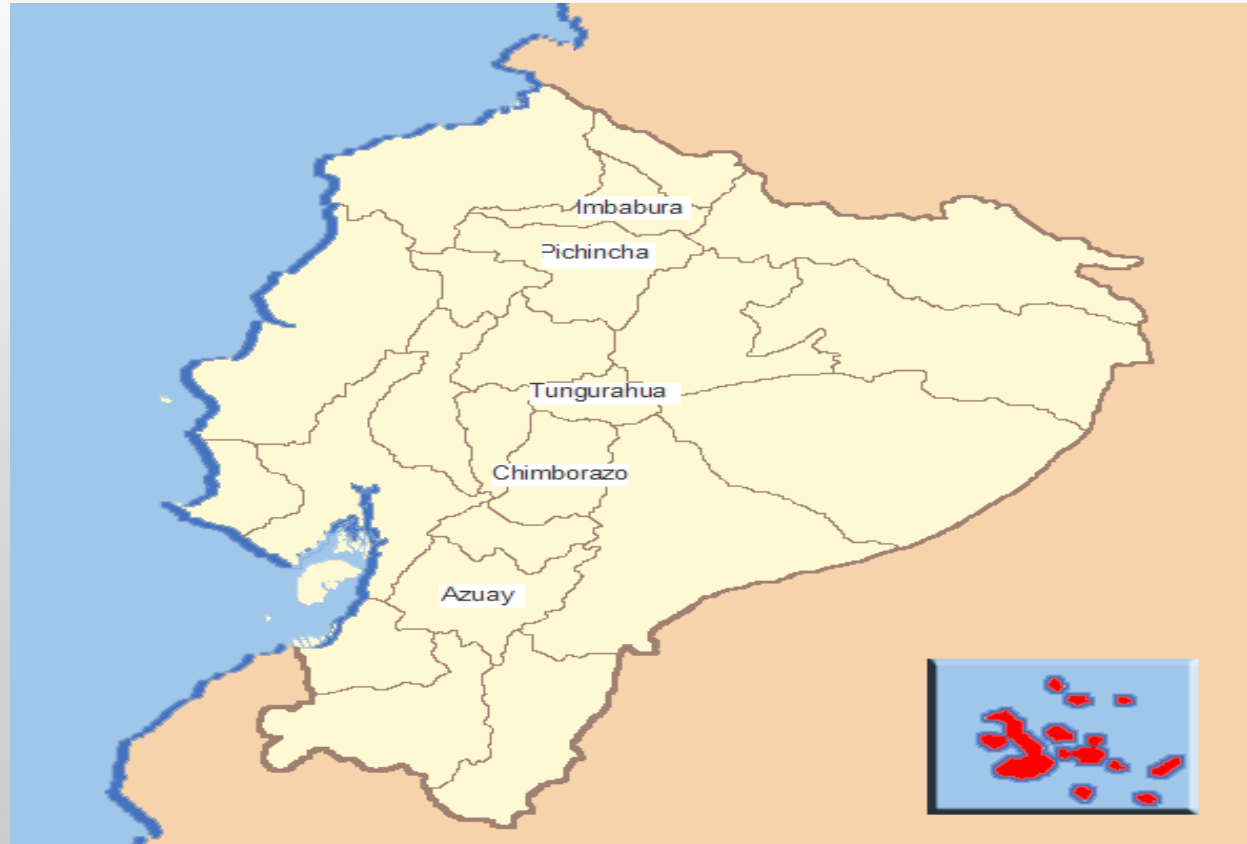
Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 2: PRODUCTO

Capítulo I

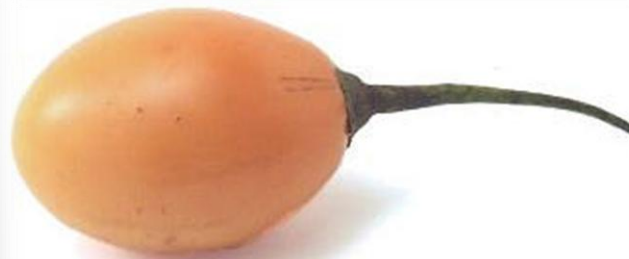
Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



Forma: Ovoide está cubierta por una cáscara gruesa y amarga en tonos rojos, naranjas, y amarillo. En el interior de la fruta la carne cercana a la cáscara es firme mientras la pulpa es suave con un sabor agridulce y en el centro contiene las semillas que son pequeñas y comestibles.

Vida útil: 14 a 18 días sin refrigeración y se extiende a 88 días con refrigeración.

CAP. 2: PRODUCTO

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

BENEFICIOS NUTRICIONALES

El Tamarillo resalta por sus cualidades nutricionales, especialmente sus propiedades de reducción de colesterol, vitaminas A y C, y su bajo nivel de Calorías. Fortalece el sistema inmunológico y la visión.

USOS

Se consume como fruta fresca, es materia prima en la industria para la preparación de jugos, compotas, conservas dulces, jaleas, gelatina, mermelada y concentrados congelados.



CAP. 2: PRODUCTO A COMERCIALIZAR

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



Las variedades de tomate de árbol que se produciremos son:

Tomate gigante anaranjado

Tomate gigante morado



Se recomienda comercializar frutas de alrededor de 8 cm de largo y 5 cm de diámetro. El rango de peso ideal está entre 100 y 125g por fruta.



24 Frutas por caja

Peso neto 3 Kg



CAP. 2: DEMANDA INTERNA

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Año	2006	2007	2008	2009
Demanda interna (miles kg) Consumo	10545	18354	17866	24651
kg/ persona/ año	0.90	1.54	1.47	1.98



Kg	Toneladas
24.651	25



CAP. 2: DEMANDA EXTERNA

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Demanda estimada por país/tonelada						
Importadores	2004	2005	2006	2007	2008	Demanda Estimada*
Estados Unidos	7,50	2,68	3,61	37,94	24,98	16,88
Alemania	-	-	-	0,80	-	0,18
España	16,18	7,57	17,57	2,54	12,59	12,42
Holanda	-	-	-	-	0,03	0,01
Francia	-	-	0,01	-	-	0,00
Canadá	0,05	0,25	-	-	-	0,07
Japón	-	-	0,01	-	-	0,00
Chile	2,29	-	-	-	-	0,50
Italia	-	0,14	-	-	-	0,03
Arabia Saudita	-	-	0,11	-	-	0,02
Reino Unido	0,02	-	0,11	0,42	-	0,12
Total	26,04	10,64	21,42	41,70	37,60	30,23



CAP. 2: OFERTA

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Año	Superficie cosechada (en Has.)	Producción bruta (en TM)	Rendimientos (TM/Has)
2000	2888	14031	4,86
2001	3020	18135	6
2002	2389	22389	9,37
2003	3373	22389	6,64
2004	3451	23511	6,81
2005	3254	18342	5,64
2006	4741	21580	4,55
2007	4825	24589	9,64
2008	4562	19856	7,12

Hectáreas	Plantas	Frutos/ Ha	Peso Promedio fruto (gr)	Toneladas /ha
1,5	2610	469.800	4.027.000	54



CAP. 2: PRODUCCION NACIONAL VS. INTERNACIONAL

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Países	Meses											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ecuador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Colombia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Nueva Zelanda			o	o	X	X	X	X	o	o		

o = baja producción

X = producción promedio



CAP. 2: PLAZA

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 2: PRECIO INTERNO

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

TOMATE DE ARBOL INTERNO (Caja)					
Nivel de precios	2006	2007	2008	2009	2010 (Promedio)
Mayorista	\$ 1.58	\$ 2.54	\$ 2.61	\$ 2.53	\$ 2.32
Supermercados	\$ 1.88	\$ 1.97	\$ 2.98	\$ 2.05	\$ 2.22

JukmExport Cía. Ltda.	
Nivel de precios	2010
Mayorista	\$ 2.32
Supermercados	\$ 2.22



CAP. 2: PRECIO EXTERNO

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

TOMATE DE ARBOL EXTERNO (kg)					
Países	2006	2007	2008	2009	2010
Estados Unidos	\$ 2.52	\$ 2.44	\$ 2.62	\$ 1.95	\$ 2.36
Europa	\$ 1.95	\$ 2.17	\$ 2.55	\$ 2.78	\$ 2.53
Asia	\$ 2.73	\$ 2.62	\$ 2.65	\$ 2.16	\$ 2.54

JukmExport Cía. Ltda.	
Países	2010
Estados Unidos	\$ 7.08
Europa	\$ 7.58
Asia	\$ 7.62



CAP. 2: COMERCIALIZACION INTERNA

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

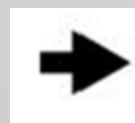
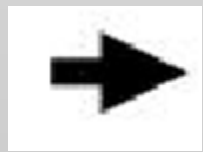
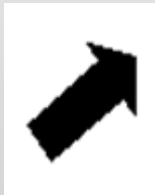
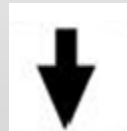
Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



Productor



CAP. 2: COMERCIALIZACION EXTERNA

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



Productor



Transporte



PUERTO
ORIGEN



Transporte



MAYORISTA



PUERTO
DESTINO



Transporte



CAP. 2: MATRIZ DE CRECIMIENTO (BCG)

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 2: SEGMENTACION

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Dónde?
El que usa	Hombres y mujeres que consumen Tomate de Árbol.	Por ser un alimento nutritivo, natural, y saludable	Al momento de sentir la necesidad de alimentarse.	Adquiriendo el producto en cartón herméticamente cerrada, para consumir directamente el producto	En los puntos de venta del producto.
El que influye	Amigos Familiares Publicidad	Por lo natural Por curiosidad	Al momento de tener que elegir entre otros productos como: bebidas, jugos, batidos.	Ofreciéndolo como un producto de excelente calidad y que ayuda a mantener una buena salud.	En el lugar de trabajo, hogar
El que decide	El consumidor	Por los beneficios que espera.	Evaluando si el producto cumple con sus expectativas.	Recolectando información	En el lugar de trabajo, hogar
El que compra	El consumidor	Beneficios que espera	Después de haber tomado la decisión	Comprando y consumiendo el producto	En los puntos de venta del producto
El que veta	Terceros	No gustó del producto la primera vez.	Al momento de consumir el producto	Diciéndolo personalmente, vía e-mail, teléfono o por celular.	En su lugar de trabajo, hogar, en la calle.

CAP. 2: FUERZAS COMPETITIVAS - MICHAEL PORTER

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 3: JUMKEXPORT CIA. LTDA.

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



METAS PRINCIPALES

- ❖ La capacidad del personal será la fuente de la ventaja competitiva.
- ❖ Capacitar a nuestros trabajadores para así tener una fuente segura de producción.
- ❖ Encontrar nuevos compradores en América y en otros continentes.



CAP. 3: MISIÓN Y VISIÓN

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

MISIÓN

Producir y comercializar productos de alta calidad para comercializarlos en los mercados nacionales e internacionales más competitivos, empleando buenas prácticas de producción con asesoría técnica profesional que permitan la mejora continua de nuestros procesos de producción, obteniendo el compromiso, eficiencia y bienestar de nuestros clientes, colaboradores, sus familias y la comunidad.

VISIÓN

Convertirnos en una empresa sólida a mediano plazo, líder del mercado ecuatoriano exportador de Tomates de árbol, mejorando continuamente la calidad del fruto, incrementando nuestra infraestructura para así aumentar nuestro volumen de ventas e investigando más sobre la producción de este producto para lograr de este negocio algo muy sólido y rentable.

CAP. 3: F.O.D.A

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

FORTALEZAS

- ❖ Personal de experiencia en todas sus áreas.
- ❖ Interés por conocer las necesidades e inquietudes de nuestros clientes.
- ❖ Fomento del buen trato entre el personal.

OPORTUNIDADES

- ❖ El país posee ecosistemas apropiados para implementar este tipo de proyectos.
- ❖ Pocas compañías que actualmente compiten.
- ❖ Alta demanda internacional.

DEBILIDADES

- ❖ Falta de confianza y sin participación del mercado.
- ❖ Cobertura a todos los posibles compradores.
- ❖ Falta de experiencia en negociaciones internacionales.

AMENAZAS

- ❖ Cambio de moneda
- ❖ Nuevos competidores en el mercado.
- ❖ Fenómenos naturales

CAP. 3: ORGANIGRAMA

Capítulo I

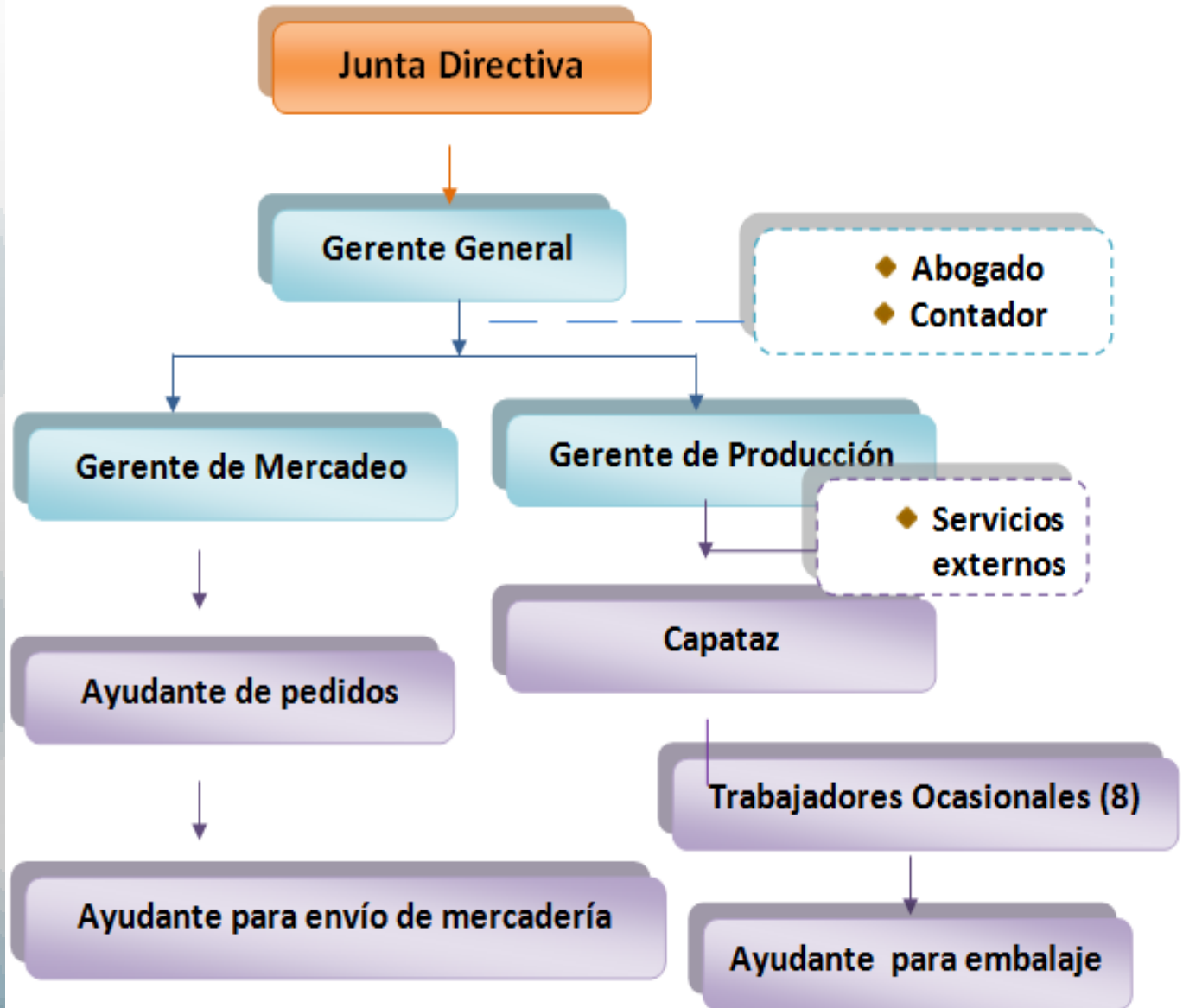
Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 4: LOCALIZACION

Capítulo I

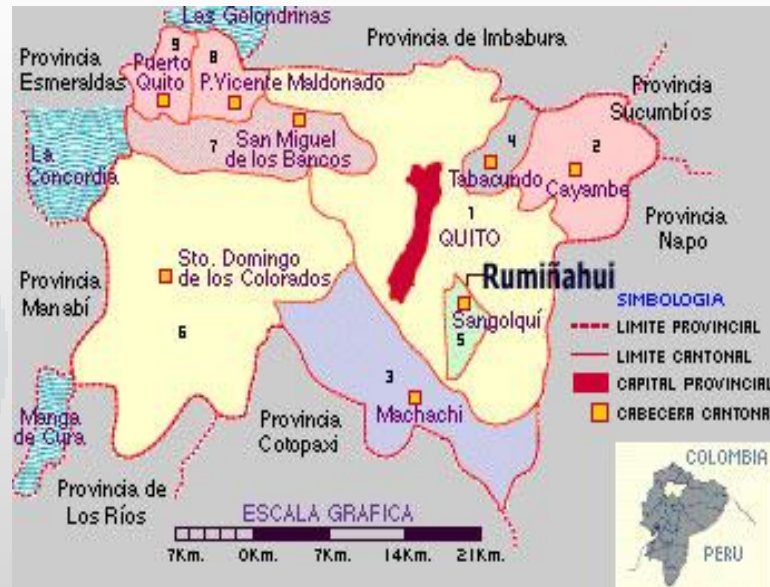
Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

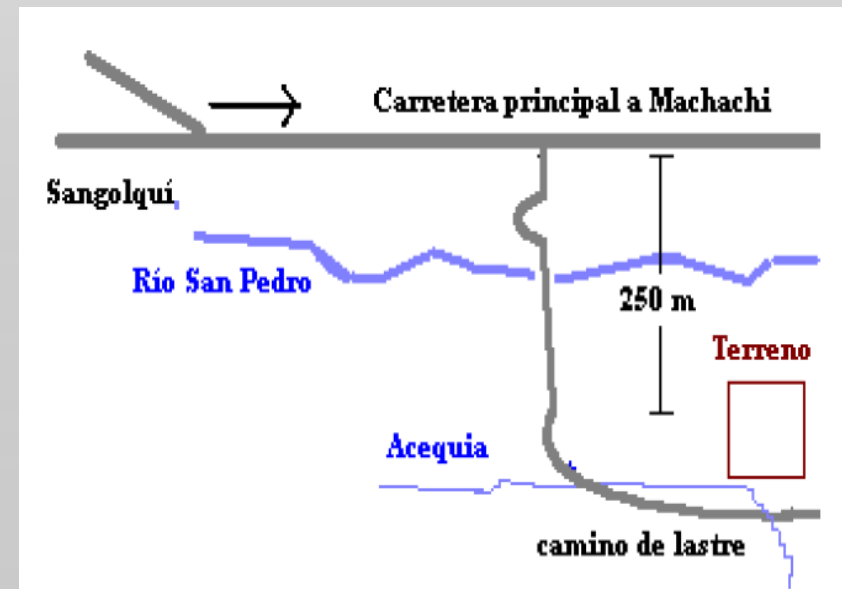
Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CLIMA:	PRECIPITACION DE 500-2500MM, OPTIMO 1500 MM.
TEMPERATURA:	MEDIA ANUAL DE 14-20° C, OPTIMO 17° C
ALTURA:	1000 A 3000 M.S.N.M, OPTIMO 1500 MSNM.
SUELO:	TEXTURA FRANCA RICA EN MATERIA ORGANICA (4-5%) PROFUNDOS BIEN DRENADOS, PH 6-7



CAP. 4: REQUERIMIENTO FOMENTO AGRICOLA Y PRODUCCIÓN

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

RUBROS	DIMENSION	
Reservorio agua	1400	m ³
Cercas	800	m ²
Bodega	20	m ²
Galpón	50	m ²
Vivienda	50	m ²
Sala poscocecha	110	m ²
Oficina	20	m ²
Guardia	25	m ²

RUBROS	MEDIDAS	CANT
		.
Plantas (N. glauca injerto)	-	3900
Hummus Lombriz	Saco 35 kg	45
10 - 30 - 10	saco 50 kg	19
Sulpomag	saco 50 kg	15
Urea	saco 45 kg	8
Muriato Potasio	saco 50 kg	5
Microelementos	Kg	2
Hormonas	Kg	2
Productos Fitosanitarios	Tanque	40
Fijador	L	

Se utilizara 2 hectáreas, de las cuales 1.5 serán para la producción de tomate de árbol y ½ ha será para la infraestructura, además de los insumos agrícolas para la preparación del terreno.

Equipos y maquinaria

Equipo de riego: bomba y tubería
Bomba de fumigación
Podadora
Machete
Palas
Excavadoras
Carretillas
Baldes
Barras
Gavetas o jabas
Balanza
Mesa de clasificación y empaque
Sunchadora plástica
Sacarímetro
Equipo de refrigeración
Grapadora



CAP. 4: PLANTACIÓN

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

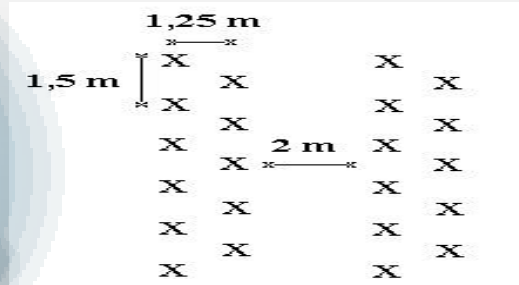
Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

❖ **Siembra o trazado**: Utilización de plantas Injertas en patrón de tabaquillo o Nicotiana Glauca.



❖ **Hábitos de crecimiento**: El tamarrillo es un árbol que puede alcanzar hasta 2 o 3 metros.

❖ **Rendimiento por hectárea**: Aproximado con el Injerto, anualmente y para el aumento de los frutos en los arboles se utilizara Acido Giberelico GA3.

Hectáreas	Plantas	Frutos/ Ha	Peso Promedio fruto (gr)	Toneladas /ha
1,5	2610	469.800	4.027.000	54



CAP. 4: VARIEDADES

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



CAP. 4: COSECHA, POS-COSECHA Y EMPACADO

Capítulo I

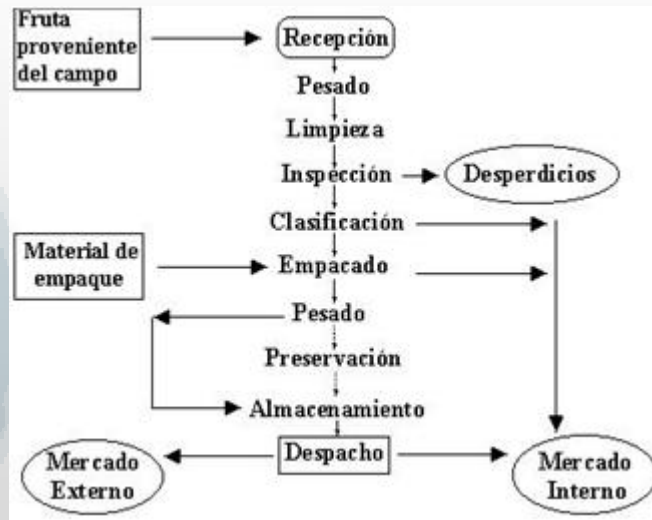
Capítulo II: Estudio de mercado

Capítulo III: Estudio Organizacional

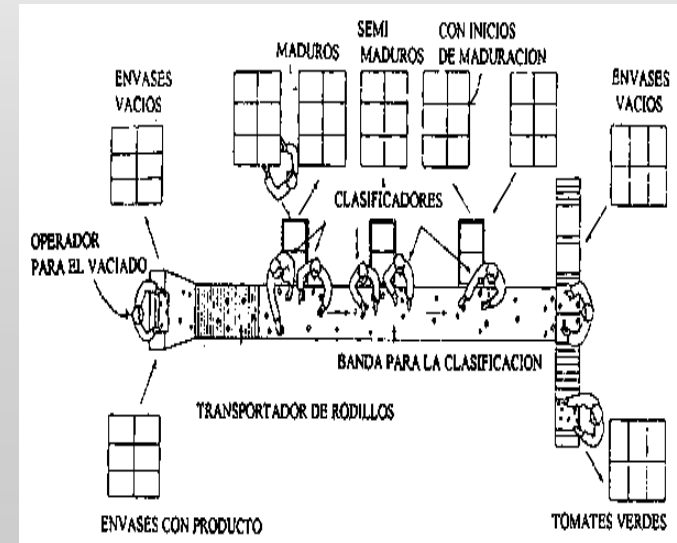
Capítulo IV: Estudio Técnico

Capítulo V: Estudio Financiero

Conclusiones, Recomendaciones



En la cosecha o recolección se requiere que el personal encargado de esta tarea deba tener toda la delicadeza posible, ya que se efectúa manualmente, de preferencia una vez que el fruto en la planta ya haya madurado pero con la precaución de no sobre madurar a la misma ya que se estropearía en el transporte.



CAP. 5: INVERSION INICIAL

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Inversión Inicial	
PRESTAMO	\$ 66.768,55
K PROPIO	\$ 44.512,37
INVERSION TOTAL	\$ 111.280,92
Gastos	
ACTIVOS FIJOS	
EQUIPO DE OFICINAS	\$ 1.235,00
TERRENO	\$ 12.000,00
VEHICULO	\$ 15.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 360,00
ADECUACION DEL LOCAL	\$ 26.855,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 6.656,00
IMPREVISTO 2%	\$ 1.242,12
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 63.348,12
CAPITAL DE OPERACIÓN	
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 2.000,60
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 11.359,20
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 3.710,00
MANO DE OBRA DE GESTIÓN	\$ 18.000,00
MANO DE OBRA COMERCIAL	\$ 1.920,00
MATERIAL DIRECTO	\$ 3.143,00
MATERIAL INDIRECTO	\$ 7.800,00
TOTAL DE CAPITAL DE OPERACIÓN	\$ 47.932,80
TOTAL DE INVERSION INICIAL	\$ 111.280,92

CAP. 5: FINANCIAMIENTO

Capítulo I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Importe del préstamo	65616,552
Pago programado	\$ 17.865,68
Número real de pagos	5
Tasa	11,25%

INVERSIONISTA	MONTO APROPIADO	% PARTICIPACION
Juan Manuel Maggi	\$ 14.581,46	33%
Katuska Lucas	\$ 14.581,46	33%
Ma. José Yagual	\$ 14.581,46	33%
TOTAL	\$ 43.744,37	100%



CAP. 5: FLUJO DE CAJA

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
(+) INGRESOS POR VENTAS						
Ingresos mercado Nacional	6.000,46	20.573,01	22.681,74	25.006,62	27.569,80	30.399,71
Ingreso mercado Internacional	36.284,90	124.405,36	137.156,91	151.215,49	166.715,08	183.803,38
Total de ventas	42.285,36	144.978,37	159.838,65	176.222,11	194.284,88	214.199,08
(-) COSTOS						
Costos directos	3.143,00	2.071,65	3.403,73	2.283,99	3.688,12	2.398,19
Costos indirectos	7.800,00	8.190,00	8.599,50	9.029,48	9.480,95	9.632,89
Total de costos	10.943,00	10.261,65	12.003,23	11.313,47	13.169,07	12.031,08
(=) UTILIDAD BRUTA	31.342,36	134.716,72	147.835,42	164.908,65	181.115,81	202.168,00
(-) GASTOS						
Gastos Administrativos						
Gastos por honorarios profesionales	21.789,20	31.902,66	33.674,19	35.172,68	36.931,32	38.777,88
Gastos por salarios	13.200,00	13.860,00	14.376,60	15.280,65	16.044,68	16.846,82
Gastos por fondos de reserva		1.155,00	1.198,05	1.273,39	1.337,06	1.403,91
Gastos por décimo tercero	1.100,00	1.155,00	1.198,05	1.273,39	1.337,06	1.403,91
Gastos por décimo cuarto	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
Gastos por vacaciones	550,00	577,50	599,03	636,69	668,53	701,95
Gastos por aporte patronal e IECE	1.471,80	1.545,39	1.602,99	1.703,79	1.788,98	1.878,43
Gastos de Publicidad	8.000,00	8.700,00	9.470,00	10.367,00	11.351,20	12.431,20
Gastos servicios básicos	1.560,00	1.638,00	1.719,90	1.805,90	1.896,19	1.991,00
Gastos por suministros	495,90	520,70	546,73	574,07	602,77	632,91
Gastos por alquiler	1.056,00	1.041,00	1.026,00	1.011,00	996,00	981,00
Gastos por infraestructura	26.855,00			10.145,00		
compra de muebles y enseres	360,00					
compra de equipos de oficina	1.235,00					
compra de imprevisos activos	1.242,12		1.304,23		1.369,44	
compra de equipos y maquinarias	6.656,00					
compra de vehículo	15.000,00					
compra de terreno	12.000,00					
depreciaciones total	5.456,02	5.456,02	5.456,02	5.044,35	5.044,35	1.378,75
Total de gastos	118.987,04	88.559,26	73.230,18	85.399,23	80.534,46	79.653,09
(=) U.A.I.I	-87.644,68	66.157,46	74.605,24	79.509,42	100.581,36	122.519,91
(-) GASTOS POR INTERESES						
(=) U.A.I.P	-87.644,68	58.646,00	68.293,91	74.533,25	97.090,54	120.676,55
(-) 15 % Participación a Trabajadores	0,00	9.923,62	11.190,79	11.926,41	15.087,20	18.377,24
(=) U.A.I	-87.644,68	48.722,38	57.103,13	62.606,83	82.003,34	102.299,32
(-) 25 % Impuesto a la Renta	0,00	12.180,59	14.275,78	15.651,71	20.500,83	25.574,83
(=) Utilidad NETA del EJERCICIO	-87.644,68	44.053,25	49.138,67	51.931,30	64.993,32	78.562,85
(+) Depreciación	5.456,02	5.456,02	5.456,02	5.044,35	5.044,35	1.378,75
(-) Amortización de capital		10.667,88	11.868,01	13.203,16	14.688,52	16.340,98
(-) Inversión	-111.280,92					
(-) Gastos de constitución	-2.000,60					
(-) Capital de trabajo	-18.894,94					18.894,94
(+) Préstamo	66.768,55					
(=) Flujo de caja	-59.951,89	16.123,89	17.324,03	18.247,51	19.732,87	36.614,67

CAP. 5: RATIOS FINANCIEROS

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

TMAR	
Rf tasa libre riesgo	0,60%
b	0,95
RM mercado	11,96%
RP Ecuador	8,16%
$TMAR = [Rf + (Rm - Rf) * b] + Rp$	19,55%

RATIOS FINANCIEROS	
VAN	\$ 2.218,87
TIR	21,09%
TMAR	19,55%

Técnica	Aceptación	Rechazo
VAN	≥ 0	< 0
TIR	$\geq TMAR$	$< TMAR$



CAP. 5: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Capítulo
I

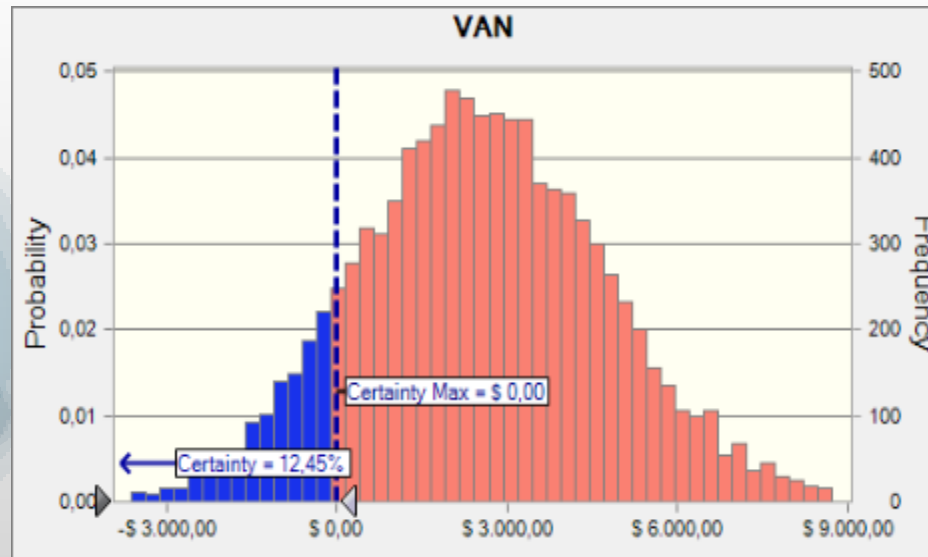
Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

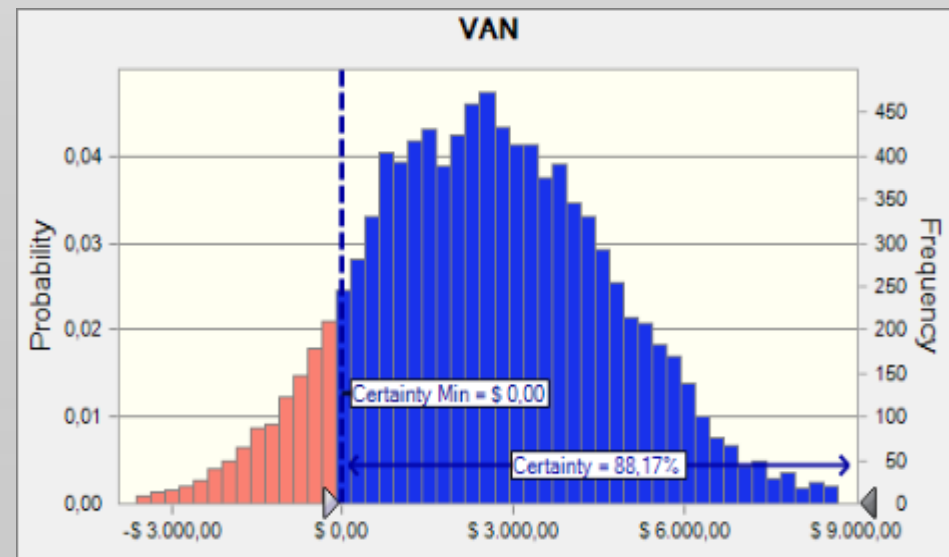
Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones



Escenario
Pesimista
12.45%

Escenario
Optimista
87.17%



CONCLUSIONES

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

➤ El tomate de árbol no solo abre un nuevo mercado para sí mismo, sino que abre las puertas para la exportación de otras frutas tradicionales como no tradicionales. Por tratarse de un producto bien posicionado en la cultura alimenticia ecuatoriana, el tomate de árbol tiene un gran futuro comercial ante un mercado interno creciente.

➤ Los beneficios para la salud humana por el consumo frecuente de tomate de árbol empiezan a difundirse más en los mercados nacionales e internacionales, esto implica un desplazamiento favorable de la curva de la demanda.



RECOMENDACIONES

Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

❖ El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) deberá impulsar el fomento de este cultivo promisorio y rentable, mediante el desarrollo de variedades de alto rendimiento y la generación de tecnología productiva de bajo costo que eleve sus rendimientos y le haga competitiva.

❖ Es de suma importancia prevenir las plagas y enfermedades, para evitar que la fruta sea exportada con larvas de mosquito en su interior, pudiendo causar la prohibición de venta de la fruta en el país de destino.



Capítulo
I

Capítulo II:
Estudio de
mercado

Capítulo III:
Estudio
Organizacional

Capítulo IV:
Estudio
Técnico

Capítulo V:
Estudio
Financiero

Conclusiones,
Recomendaciones

GRACIAS

