

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS

TEMA:

---

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y  
DISTRIBUCIÓN DE PASTA DE TOMATE VARIEDAD SAN  
MARZANO EN LA PROVINCIA DE GALAPAGOS, AÑO 2018.

---

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en  
Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Campoverde Betancourt Abigail Alejandra

TUTOR:

Ing. Marcelo Ríos

QUITO –ECUADOR

2019

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de **Investigación “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PASTA DE TOMATE VARIEDAD SAN MARZANO EN LA PROVINCIA DE GALAPAGOS”** presentado por Abigail Alejandra Campoverde Betancourt, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito,

2018

---

Ing. Marcelo Ríos

DIRECTOR

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

---

Abigail Alejandra Campoverde Betancourt

CI. 200012304-8

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,.....

Para constancia firman:  
**TRIBUNAL DE GRADO**

**F**.....  
**PRESIDENTE**

**F**.....  
**VOCAL**

**F**.....  
**VOCAL**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Yo Abigail Alejandra Campoverde Betancourt, declaro ser autor del proyecto de tesis, titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PASTA DE TOMATE VARIEDAD SAN MARZANO EN LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS, AÑO 2018”, como requisito para optar por el grado “Ingeniero en Administración y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional “RDI-UTI”.

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos del Autor, Morales y Patrimoniales sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que tramitare la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que existan el potencial de generar beneficios, económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Quito, ..... 2019

firmó conforme:

Autor: Abigail Alejandra Campoverde Betancourt

Firma:

Número de cédula: 200012304-8

Dirección: Calle Génova y calle Capri

Correo electrónico: ale\_ybebo21@hotmail.com

Teléfono: 02-3461-362

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios principalmente por la sabiduría y fortaleza que me brindo en este camino de perseverancia. A mi familia, mamá y hermanos, por los valores, amor, apoyo y principios que supieron brindarme. A mi esposo por ser ese pilar y fuerza indispensable, gracias por cada abrazo, cada palabra de aliento que me ayudó a sentirme siempre acompañada. A mis suegros, personas que, sin ser de su sangre, me han hecho sentir como una hija suya. A mi hija especialmente, quien me inspira todos los días a superarme, la razón para sonreír todos los días y continuar con una vida llena de superación.

Gracias

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a mi madre, una mujer que ha sabido inculcarme la superación y dedicación y el nunca rendirme a pesar de la distancia que nos separaba. A mi esposo e hija quienes han sido mi apoyo durante todos estos años, por depositar su confianza en mí, por brindarme su amor y respaldo en todos los momentos de mi vida.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN. ....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
UNIVERSITY THECNOLOGY INDOAMERICA .....	xv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	xvi
CAPITULO I.....	1
AREA DE MARKETING.....	1
1.1 Descripción del producto .....	1
1.1.1 Especificación del producto .....	1
1.1.2 Aspectos innovadores que se proporcionan .....	4
1.2 Definición del mercado .....	4
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	4
1.2.1.1 Categorización de los sujetos .....	4
1.2.1.2 Estudio de Segmentación .....	5
1.2.1.3 Plan de Muestreo.....	6
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	7
1.2.1.5 Análisis e Interpretación. ....	9
1.2.2 Demanda Potencial.....	24
Análisis del macro y microambiente.....	26
1.3.1 Análisis de microambiente.....	26
1.2.2 Análisis PESTEL. ....	28
1.3.3 Proyección de la oferta.....	33
1.4 Demanda Potencial Insatisfecha .....	34
1.5 Promoción y publicidad que se utilizará. ....	35



1.6 Sistema de distribución a utilizar. ....	40
1.7 Seguimiento de clientes.....	40
CAPITULO II .....	42
AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES) .....	42
2.1 Descripción del proceso .....	42
2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien. ....	42
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	52
2.1.3 Tecnología a aplicar. ....	56
2.2 Factores que afectan el plan de operaciones. ....	56
2.2.1 Ritmo de producción.....	56
2.2.2 Nivel de inventario promedio.....	57
2.2.3 Número de trabajadores. ....	58
2.3 Capacidad de producción .....	59
2.3.1 Capacidad de producción futura.....	59
2.4 Definición de recursos necesarios para la producción .....	60
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .....	60
2.5 Calidad .....	60
2.5.1 Método de control de calidad.....	60
2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación .....	61
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	61
CAPITULO III.....	63
AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	63
3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos.....	63
3.1.1 Visión de la empresa .....	63
3.1.2 Misión de la empresa .....	63
3.1.3 Análisis DAFO.....	64
3.2 Organización funcional de la empresa .....	65
3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.....	65
3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.....	67
3.3 Control de gestión .....	70
3.4 Necesidades de personal .....	71
CAPITULO IV.....	72
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	72
4.1 Determinación de la forma jurídica.....	72

4.2 Patentes y marcas .....	73
4.3 Detalle todo el tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	74
CAPITULO V AREA .....	76
FINANCIERA.....	76
5.1 Plan de inversiones.....	76
5.2 Plan de financiamiento.....	78
5.3 Cálculo de costos y gastos.....	79
5.4 Cálculo de ingresos .....	85
5.5 Flujo de caja .....	86
5.6 Punto de equilibrio .....	87
5.7 Estado de resultados proyectado .....	88
5.8 Evaluación financiera.....	89
CONCLUSIONES .....	92
RECOMENDACIONES .....	93
Bibliografía .....	94
Fuente.....	96
ANEXOS.....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tomate San Marzano.....	3
Figura 2 Uso pasta de tomate.....	12
Figura 3 Lugar de adquisición de pasta de tomate.....	13
Figura 4 Locales donde adquieren pasta de tomate.....	14
Figura 5 Pasta más comprada.....	15
Figura 6 Cantidad de frascos consumidos semanalmente.....	16
Figura 7 Variables al momento de comprar.....	17
Figura 8 Preferencias de marcas de pasta de tomate.....	18
Figura 9 Conocimiento tomate San Marzano.....	19
Figura 10 Aceptación pasta de tomate MASSANO.....	20
Figura 11 Presentaciones con mayor aceptación.....	21
Figura 12 Aderezos de preferencia.....	22
Figura 13 Medios de difusión preferidos.....	23
Figura 14 Tendencia de la Demanda.....	25
Figura 15 Cinco fuerzas de Porter.....	26
Figura 16 Factor Legal.....	30
Figura 17 Facebook Massano.....	37
Figura 18 Correo electrónico Massano.....	38
Figura 19 Instagram Tomato´s Galápagos.....	38
Figura 20 Sistema de distribución.....	40
Figura 21 Seguimiento de clientes.....	41
Figura 22.- Macro proceso de pasta de tomate MASSANO.....	44
Figura 23 Flujograma siembra, cosecha, lavador y corte.....	46
Figura 24 Flujograma cocción y preparación.....	48
Figura 25 Flujograma de esterilización, envasado, etiquetado y empaquetado....	49
Figura 26 Flujograma proceso de distribución.....	51
Figura 27 Ubicación Geográfica Tomato´s Galápagos.....	52
Figura 28 Ubicación Tomato´s Galápagos Finca Rosario.....	52
Figura 29 Invernadero.....	53
Figura 30 Distribución de Planta.....	54
Figura 31 Organigrama estructural.....	65
Figura 32 Organigrama Funcional.....	66
Figura 33 Logotipo.....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorización de los sujetos .....	4
Tabla N° 2 Dimensión conductual .....	5
Tabla N° 3 Dimensión geográfica.....	5
Tabla N° 4 Actividad económica Turismo y Alimentación.....	6
Tabla N° 5 Cuadro de necesidades .....	7
Tabla 6 Resultados pregunta 1 .....	12
Tabla 7 Resultados de la pregunta 2 .....	13
Tabla 8 Resultados pregunta 3 .....	14
Tabla 9 Resultados pregunta 4 .....	15
Tabla 10 Resultados pregunta 5 .....	16
Tabla 11 Resultados pregunta 6 .....	17
Tabla 12 Resultados pregunta 7 .....	18
Tabla 13 Resultados pregunta 8 .....	19
Tabla 14 Resultados pregunta 9 .....	20
Tabla 15 Resultados pregunta 10 .....	21
Tabla 16 Resultados pregunta 11 .....	22
Tabla 17 Resultados pregunta 12 .....	23
Tabla 18 Proyección de la demanda.....	24
Tabla 19 Tendencia de la Demanda .....	25
Tabla N°20 Matriz EFI .....	30
Tabla N°21 Matriz EFE .....	31
Tabla N°22 MPC.....	33
Tabla 23 Proyección de la oferta.....	34
Tabla 24 Tendencia de la oferta .....	34
Tabla 25 Demanda Insatisfecha .....	34
Tabla 26 Plan de promoción y publicidad.....	39
Tabla N°27 Figuras para flujogramas .....	44
Tabla 28 Descripción de las Actividades del Proceso de siembra, cosecha, lavado y corte.....	45
Tabla 29 Descripción de las actividades del proceso de cocción y preparación... 47	47
Tabla 30 Descripción de las actividades del proceso de esterilización, envasado, etiquetado y empaquetado.....	48
Tabla 31 Descripción de las Actividades del Proceso de distribución.....	50
Tabla N°32 Descripción de los equipos .....	55
Tabla 33 Descripción de las personas .....	55
Tabla N°34 Tecnología a aplicar .....	56
Tabla 35 Ritmo de producción.....	56
Tabla N°36 Producción en frascos.....	57
Tabla N°37 Número de trabajadores.....	58
Tabla 38 Capacidad de producción futura .....	59
Tabla 39Materia Prima y Grado de Sustitución.....	60
Tabla 40 Formato Check List.....	61
Tabla 42 Análisis DAFO Estrategias .....	64
Tabla 43 Cargo Gerente .....	67
Tabla 44 Cargo Asistente de ventas .....	67
Tabla 45 Asistente de Producción.....	68

Tabla 46 Cargo Operario 1.....	68
Tabla 47 Cargo Asistente Agricultor .....	69
Tabla 48 Indicadores de Gestión.....	70
Tabla 49 Plan de Inversión.....	76
Tabla 50 Capital de Trabajo.....	77
Tabla 51 Plan de Inversión.....	78
Tabla 52 Forma de Financiamiento.....	79
Tabla 53 Detalle de Costos .....	79
Tabla 54 Proyección de Costos .....	81
Tabla 55 Detalle de Gastos .....	81
Tabla 56 Proyección de Gastos .....	83
Tabla 57 Rol de Pagos.....	83
Tabla 58 Rol de Pagos y Provisiones .....	83
Tabla 59 Depreciación .....	84
Tabla 60 Proyección de Depreciación.....	84
Tabla 61 Ingresos .....	85
Tabla 62 Proyección de Ingresos .....	85
Tabla 63 Flujo de Caja Proyectado .....	86
Tabla 64 Punto de Equilibrio .....	87
Tabla 65 Estado de Resultados .....	88
Tabla 66 Valor Actual Neto .....	90

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PASTA DE TOMATE VARIEDAD SAN MARZANO EN LA PROVINCIA DE GALAPAGOS, 2018”.**

**Autora: Abigail Alejandra Campoverde Betancourt**

**Tutor: Ing. Marcelo Javier Ríos Mariño**

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

El tomate es considerado como una fruta, la misma que aporta muchos beneficios para la salud. El tomate tipo San Marzano, es una variedad italiana que aporta un mayor sabor para la elaboración de pasta de tomate. Esto debido a que su fina corteza contiene menos acidez que el tomate de otras variedades como el riñón. Razones por las que se eligió esta variedad para la ejecución de este plan de negocios. Tomatoes Galápagos estará radicada en la isla Santa Cruz, esta empresa se encargará de la producción de pasta de tomate local, apuntando a un mercado turístico, es decir, restaurantes y embarcaciones de turismo en la provincia de Galápagos. Se comprobó la factibilidad de este proyecto por medio de un estudio de mercado, así mismo su rentabilidad utilizando indicadores en el análisis financiero los que determinaron una utilidad del 31%. Este proyecto se lo desarrollará para brindar una solución a la escasa oferta que hay de este producto debido al desabastecimiento constante presente en las islas, producto de la falta de carga proveniente del continente, lo que genera un desabastecimiento de productos en general. La producción local hará que se pueda entrar al mercado con un precio competitivo, mostrando un producto de calidad hecho en las islas Galápagos.

Palabras clave: Galápagos, mercado, precio, tomate,

**UNIVERSITY TECHNOLOGY INDOAMERICA  
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC**

**“BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND DISTRIBUTION OF  
TOMATO PASTE VARIETY SAN MARZANO IN THE PROVINCE OF  
GALAPAGOS, 2018”.**

**Author: Abigail Alejandra Campoverde Betancourt**

**Tutor: Ing. Marcelo Javier Ríos Mariño**

**ABSTRACT**

The tomato is considered a fruit, the same that brings many health benefits. The tomato type San Marzano, is an Italian variety that provides a greater flavor for the elaboration of tomato paste. This is because its thin crust contains less acidity than the tomato of other varieties like the kidney, for that Reason was this variety chosen for the execution of this business plan. Tomato’s Galapagos will be based in Santa Cruz Island, this company will produce of local tomato paste, aiming at a tourist market, restaurants and tourist boats in the province of Galapagos. It was verified the feasibility of this project by means of a market study, likewise its profitability using indicators in the financial analysis those that determined a utility of 31%. This project will be developed to provide a solution to the scarce offer of this product due to the constant shortage present in the islands, product of the lack of cargo from the continent, which generates a shortage of products in General. Local production will make it possible to enter the market with a competitive price, showing a quality product made in the Galapagos Islands.

Keywords: Galapagos, market, Price, tomato.

## INTRODUCCIÓN

El tomate científicamente hablando es una fruta (Iker Morán, 2015) , esta es una de las más consumidas en la mesa de los ecuatorianos. Actualmente hay varias recetas que están hechas de tomate. Haciendo que sea algo indispensable para la preparación de gran cantidad de alimentos. Además de brindar un sabor especial este contiene un gran aporte nutricional. Como por ejemplo proteger la visión, mejorar la circulación sanguínea, evita el estreñimiento, el cuidado de la piel, entre otros. (Lidia Penelo, 2018)

El tomate San Marzano ha sido escogido para la elaboración de la pasta de tomate MASSANO, ya que es un tomate con pulpa gruesa, pocas semillas y piel fina con un sabor dulce intenso. (Rony Tank, 2012)

La ventaja de la producción de esta variedad de tomate, es que se puede cosechar al año de la misma planta 4 veces. Es decir, se tendrán cuatro cosechas distribuidas trimestralmente. Otra ventaja es el clima templado y el suelo fértil que existe en las islas Galápagos lo que permitirá un mejor desarrollo de las plantas. Estar en un hábitat protegido ambientalmente nos garantiza la poca cantidad de plagas que puedan existir.

En el primer capítulo se describe los beneficios del producto, además del mercado al que se va a dirigir este proyecto. Se obtiene la demanda y oferta en número de productos y la manera en la que se publicitará y promocionará el mismo, se aplicará la metodología descriptiva y exploratoria.

En el capítulo dos de acuerdo a la metodología descriptiva se registrará el mapa de procesos con los correspondientes flujogramas de procesos para la producción de la pasta de tomate, la cantidad de personas encargadas en todas las áreas de la empresa, además de la cantidad de producción diaria, semanal, mensual y anual.

El capítulo tres de igual manera con la metodología descriptiva, estará integrado



por la estructura organizacional de la empresa, como organigramas, el análisis DAFO y la descripción de los cargos detallados en los organigramas.

En el capítulo cuatro se describe la constitución de legal de la empresa, los permisos necesarios para el funcionamiento, patente y marca de la empresa. Aplicando la metodología exploratoria.

En el capítulo cinco mediante la metodología cuantitativa, se detallará todo el análisis financiero de la empresa, la inversión inicial, los costos, gastos, depreciación, ingresos y sus proyecciones además de los indicadores para determinar la rentabilidad de la empresa.

## **CAPITULO I AREA DE MARKETING**

### **1.1 Descripción del producto**

#### **1.1.1 Especificación del producto**

En el Ecuador el principal tipo de tomate que se cultiva es el tomate riñón y sus ocho variedades: Fortaleza, Fortuna, Cherry, Chonto, Pietro, Charleston, Titán y Sheila. Cada ecuatoriano consume en promedio, cuatro kilos/mensual de esta fruta. (Comercio, 2011). Es muy demandado en el país por ser un alimento de fácil digestión y de primera necesidad. El tomate además es un poderoso antioxidante, ayuda a que los tejidos no se degeneren y evitan enfermedades cardiovasculares, también combate la diabetes, disminuye la hipertensión, tiene beneficios para el cuidado de la piel y dientes sanos.

En Galápagos la producción anual de tomate riñón según el censo realizado en el 2014 por la Unidad de Producción Agropecuaria (UPA), llegaba a los 89,1 kilos. Esto es, si cada persona consume 4 kilos por semana en promedio, existe una demanda insatisfecha, es decir la producción no cubre la demanda de las islas. Sin embargo, esta demanda se satisface cuando este producto es traído desde el continente por vía aérea o marítima.

La pasta de tomate que ingresa al archipiélago proviene del continente ya que en las islas Galápagos nadie se dedica a la elaboración de pasta de tomate. Para este proyecto se ha elegido la variedad de tomate pera, conocido en Italia como tipo San Marzano, esta variedad ha sido seleccionada por ser una variedad que puede producirse en las islas a futuro ya que se adapta al clima de las islas, tomando en cuenta su clima muy parecido al clima en la región interandina del Ecuador Continental donde se produce esta variedad de tomate, adicionalmente el proceso

productivo no involucra el uso de elementos químicos ya que son restringidos por las autoridades de la provincia de Galápagos.

Además, esta variedad de tomate es utilizada para la elaboración de salsas italianas para espagueti y pizzas, porque su pulpa es menos ácida que las demás variedades de tomate.

Dentro de los beneficios de esta variedad es que su piel es muy fina lo que facilita su desintegración al momento de cocinarla. También es saludable ya que previene enfermedades como; la pérdida de la visión, el cuidado de la piel, osteoporosis, enfermedades degenerativas, cardiovasculares y de cáncer. (HORTAMAR, 2018) Esta variedad tiene 5% más carnosidad que otras variedades. Por lo que minimizaríamos la cantidad de tomates para elaborar las pastas.

La pasta de tomate a base del tomate Tipo San Marzano, además de utilizar esta variedad de tomate tiene como ingredientes aquellos preferidos por el consumidor.

Para lograr una pasta de tomate optima es importante reducirla, esto es eliminar la humedad que tiene, en este punto una cucharada de pasta de tomate aporta solo con 13 calorías y cero grasas, por lo que se puede decir que no contribuye al aumento de peso de las personas, 244 unidades de vitamina A, ayudando a la vista, una gran cantidad de vitamina C, lo que ayuda a la inmunidad y reparación de tejidos. (Cespedes, 2017).



**Figura 1 Tomate San Marzano**  
**Fuente:** (Great italian food trade, 2014)  
**Elaborado por:** La Autora

Las presentaciones de pasta de tomate de la marca MASSANO serán en 2 presentaciones: recipiente de vidrio de 500 gramos con un PVP de \$4.76 y recipientes de vidrio de 1 litro con un PVP de \$8.38.

Estos precios se determinaron en base a los precios de la competencia y con el objeto de obtener rentabilidad en la producción de esta pasta de tomate.

### **Presentación del producto**

La marca que llevará el logotipo será MASSANO. Según el INEN y el Ministerio de Salud los productos procesados deben contar con un semáforo nutricional en el que se indique si el producto posee azúcar, sal y grasa en una escala de; no contiene, bajo, medio o alto.

En el logotipo, la leyenda elaborada en Galápagos se encontrará debajo del nombre de MASSANO, dándole un reconocimiento al lugar en donde se elaboran las pastas de tomate, el hecho de que se elabore en las islas Galápagos ya va a tener un alto impacto en los consumidores.

### 1.1.2 Aspectos innovadores que se proporcionan

Como aspecto innovador del presente proyecto es que en Galápagos no existe ninguna empresa que se dedique a la producción y elaboración de pasta de tomate, con la variedad tipo San Marzano. Esto le da un valor agregado al producto ya que se lo elaborará localmente, y de acuerdo con el estudio de mercado se le adicionará condimentos como albahaca, y de manera natural. Esta pasta de tomate se la elaborará artesanalmente.

### 1.2 Definición del mercado

De acuerdo a (Roberto Dvoskin , 2004) Al mercado se lo define como el lugar físico o el espacio de encuentro entre oferentes y demandantes donde se realizan las transacciones de compra y venta, pudiendo ser también virtualmente.

La compañía Tomato's Galápagos tendrá un mercado segmentado por dos sectores que están relacionados directamente con el turismo de las Islas Galápagos.

#### 1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

El mercado al cual se enfocará este proyecto va a estar dirigido a restaurantes y embarcaciones que abastecen de productos sus barcos en las Islas Galápagos.

##### 1.2.1.1 Categorización de los sujetos

**Tabla 1 Categorización de los sujetos**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Restaurantes, armadores turísticos.
¿Quién usa?	Restaurantes, armadores turísticos.
¿Quién decide?	Restaurantes, armadores turísticos.

¿Quién influye?	Chefs y personas que conozcan acerca de esta variedad de tomate.
-----------------	--

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

Esta tabla indica el porqué del consumo de pasta de tomate por las personas, qué o quienes los motivan a la compra, esta es una ventaja ya que se conocen aspectos de decisión que toman en cuenta los consumidores.

### 1.2.1.2 Estudio de Segmentación

**Tabla N° 2 Dimensión conductual**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	ALIMENTACIÓN
TIPO DE COMPRA:	COMPARACIÓN
RELACIÓN CON LA MARCA:	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La Autora

En la tabla N°2, se indica el tipo de necesidad que satisface la empresa Tomato's Galápagos, la cual es alimentación, un eslabón importante de la pirámide de Maslow.

**Tabla N° 3 Dimensión geográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	ECUADOR
REGIÓN	INSULAR
TAMAÑO	<b>25.444 hab.</b>

**Fuente:** (Inec, 2016)

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 4 Actividad económica Turismo y Alimentación**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
ACTIVIDAD ECONÓMICA	BARCOS	149
ACTIVIDAD ECONÓMICA	RESTAURANTES	243
<b>TOTAL:</b>		<b>392</b>

**Fuente:** (Consejo de Gobierno de Galápagos, 2017) (Parque Nacional Galápagos, s.f.)

**Elaborado por:** La Autora

La población de las islas Galápagos según el último censo, es de 25.444 habitantes, sin embargo, la empresa se dedicará a la venta de pasta de tomate al sector turístico, específicamente restaurantes y embarcaciones de turismo.

### 1.2.1.3 Plan de Muestreo

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{z^2 * p * q + N * e^2}$$

n= muestra

p= 50% o 0.50

q= 50% o 0.50

N= 392

z= 1.96

e= 5% o 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 392}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 392 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 392}{3.8416 * 0.5 * 0.5 + (392)(0.0025)}$$

$$n = 194$$

### Factor muestral

Se calcula el factor muestral ya que se quiere diferenciar los sectores turísticos, para así obtener resultados más reales y una mejor muestra con la que se trabajarán las encuestas. El factor muestral se lo obtiene de una regla de tres para obtener los porcentajes según la población de cada sector.

$$194 * 62\% = 120 \text{ restaurantes}$$

$$194 * 38\% = 74 \text{ barcos}$$

Aplicando la fórmula del factor muestral, se determinó realizar las encuestas a 120 restaurantes y a 74 embarcaciones, que nos arrojarán información para la investigación de mercado.

**Tabla N° 5 Cuadro de necesidades**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>¿Qué beneficios tiene el tomate Tipo San Marzano?</b>	Secundaria	Internet	Servicios Agrupados
<b>Número de barcos y restaurantes en Galápagos</b>	Secundaria	INEC Parque Nacional Galápagos	Servicios Agrupados
<b>Precios de la competencia</b>	Primaria	Competencia	Observaciones
<b>Promedio de locales que ofrecen pasta de tomate en Galápagos</b>	Primaria	Isla Santa Cruz, Isla Isabela e Isla San Cristóbal.	Observaciones
<b>Promedio de consumo semanal de pasta de tomate</b>	Primaria	Dueños de restaurantes y barcos.	Encuesta
<b>Aderezos de preferencia en la pasta de tomate</b>	Primaria	Dueños de restaurantes y barcos.	Encuesta
<b>Lugar de adquisición de pasta de tomate en Galápagos</b>	Primaria	Dueños de restaurantes y barcos.	Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### **1.2.1.4 Diseño y recolección de información.**

De acuerdo con el cuadro de necesidades elaborado, se diseñarán instrumentos



de recolección de información.

### **Información secundaria**

- **Servicios Agrupados**

**¿Qué beneficios tiene el tomate tipo San Marzano?**

Posee escaso poder calórico, es una buena fuente de hidrato de carbono, proteína, fibra y ácido ascórbico. Posee mayor cantidad de vitaminas C, E, provitamina A y vitaminas del grupo B. Posee minerales como el potasio o el yodo, y pocas cantidades de fósforo, calcio, magnesio y hierro. Aporta beneficios para la prevención de enfermedades degenerativas, cardiovasculares, cáncer, cataratas. Reduce la hipertensión, aumentan las defensas, además de reducir retención de líquidos. Este tipo de tomate tiene una piel más fina, lo que hace más ideal para la preparación de pasta de tomate. (Frutas Eladio, 2015).

**¿Cuál es el número de barcos y restaurantes en Galápagos?**

Según el Parque Nacional Galápagos, al año 2015 existen en Galápagos aproximadamente 149 barcos y 243 restaurantes. (Parque Nacional Galápagos, s.f.)

### **Información Primaria**

- **Observaciones**

**¿Cuáles son los precios de la competencia?**

Mediante una observación técnica, se evidenció los precios de la competencia en los diferentes puntos de distribución de Galápagos. Como resultado:

- Frascos de 400 gramos: de \$4,50 a \$5,25.
- Frascos de 500 gramos: \$5,27 a \$6,15.

### **¿Cuál es el promedio de locales que ofrecen pasta de tomate en Galápagos?**

Esta información no se encontró en ningún sitio web, es por eso que se procedió a realizar una investigación de campo. Se identificó los locales en donde las empresas adquieren este producto y se escogió las más representativas. Se obtuvo un resultado de 9 locales a nivel provincial. Estas son las más representativas y donde las empresas realizan la compra de pasta de tomate.

#### **1.2.1.5 Análisis e Interpretación.**

##### **Encuesta (Ver Anexo)**

Una vez determinada la muestra, se procedió a realizar la encuesta para medir el grado de aceptación de la pasta de tomate Tipo San Marzano. La misma que se realizó en las tres islas: Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela.

**La presente encuesta desea establecer los gustos y preferencias sobre el consumo de pasta de tomate en la provincia de Galápagos.**

**Objetivo:** Medir el grado de aceptación de la pasta de tomate tipo San Marzano en las Islas Galápagos.

- Restaurante
- Barco

#### **1. ¿Adquiere usted pasta de tomate para la elaboración de alimentos dentro de su empresa?**

- Si
- No

#### **2. ¿En qué lugar adquiere pasta de tomate?**

- En las islas.
- En el continente

- 3. ¿En qué tipo de negocio realiza usted la compra de pasta de tomate?**
- Mini Market
  - Bodegas
  - Tiendas del barrio
  - Distribuidor.
- 4. ¿Qué tipo de presentación de pasta de tomate compra usted?**
- 200 gramos
  - 400 gramos
  - 500 gramos
  - Otro (especifique)
- 5. ¿Cuántos frascos de pasta de tomate consume en la semana?**
- 1 a 5.
  - 6 a 10.
  - 11 a 15.
  - 16 a 20.
  - 21 a más.
- 6. ¿Qué factores considera usted al momento de comprar pasta de tomate?**
- Calidad
  - Precio
  - Marca
  - Sabor
  - Otro (especifique)
- 7. De acuerdo con la variedad de marcas de pasta de tomate, marque del 1 al 4, siendo el 1 el de mayor preferencia.**
- |           |  |
|-----------|--|
| MAGGI     |  |
| LOS ANDES |  |
| GUSTADINA |  |
| FACUNDO   |  |
- 8. ¿Ha escuchado usted acerca del tomate tipo San Marzano?**
- Si
  - No

**Nota:** Las características del tomate Tipo San Marzano; tiene un sabor más dulce que el tomate riñón lo cual hace agradable para la elaboración de pastas y salsas y tiene también mayor cantidad de licopeno que los demás tomates.

**9. ¿Tomando en cuenta las características de tomate tipo San Marzano le gustaría adquirir esta pasta de tomate?**

- Sí.
- No.

**10. ¿Qué tipos de presentaciones le gustaría adquirir de este tipo de pasta de tomate?**

- 500 gramos
- 1 litro
- Otro (especifique)

**11. ¿Qué tipo de aderezo le gustaría añadir en la pasta de tomate? Puede escoger más de una respuesta.**

- Orégano
- Pimienta
- Albahaca
- Otros (especifique)
- Ninguno

**12. ¿Por qué medio le gustaría conocer acerca de la Pasta de tomate tipo San Marzano?**

- Redes sociales
- Radio
- Flyers
- Página Web
- Otros(especifique)

**Gracias por su colaboración**

A continuación, el detalle de los resultados de cada pregunta elaborada en la encuesta; es importante agregar que se la hizo a 74 dueños de barcos de turismo y 120 dueños de restaurantes de la provincia de Galápagos.

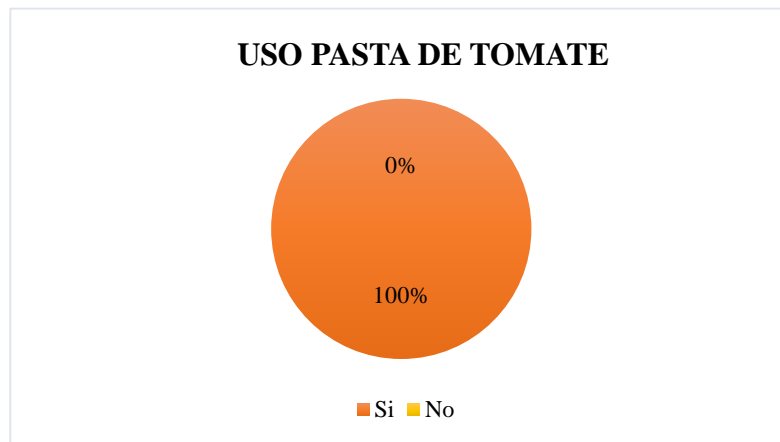
**Pregunta No.1 ¿Adquiere usted pasta de tomate para la elaboración de alimentos dentro de su empresa?**

**Tabla 6 Resultados pregunta 1**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	194	100%
No	0	0
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La autora



**Figura 2** Uso pasta de tomate

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La Autora

### **Análisis e interpretación.**

Se interpreta que el 100% de empresas utiliza pasta de tomate para la elaboración de los alimentos que ofrecen.

De esta pregunta se puede concluir que se puede introducir en el mercado una pasta de tomate producida en las Islas Galápagos ya que es consumida en su totalidad.

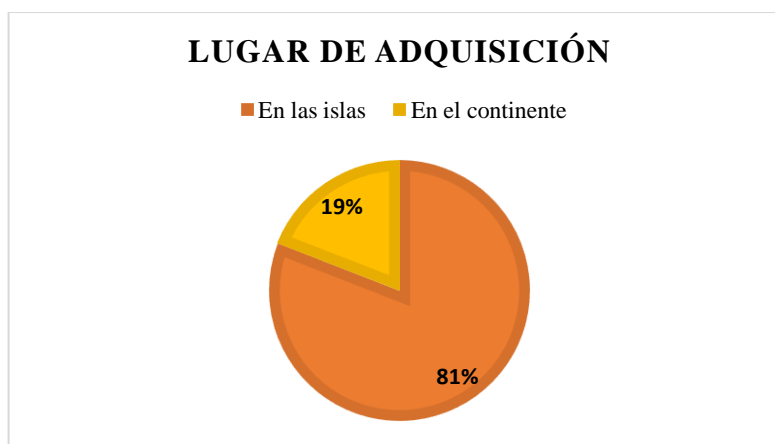
## Pregunta No.2 ¿En qué lugar adquiere pasta de tomate?

**Tabla 7 Resultados de la pregunta 2**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En las islas	157	80,93%
En el continente	37	19,07%
TOTAL	194	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor



**Figura 3 Lugar de adquisición de pasta de tomate**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

### **Análisis e Interpretación:**

El 81% de empresas adquiere la pasta de tomate en las Islas Galápagos, mientras que, el 19% en la parte continental.

Se puede observar una gran oportunidad para la venta del producto, ya que las empresas en su mayoría adquieren este producto en las Islas Galápagos.

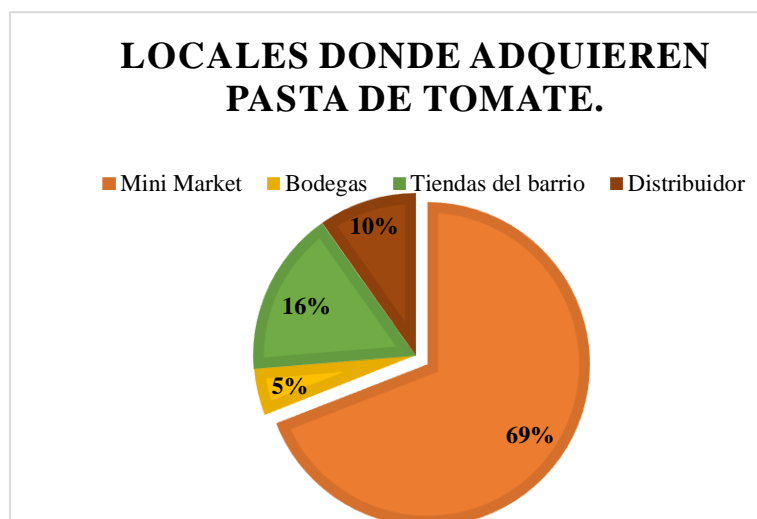
### Pregunta No.3 ¿En qué tipo de negocio compra usted pasta de tomate?

**Tabla 8 Resultados pregunta 3**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mini Market	134	69%
Bodegas	9	4,64%
Tiendas del barrio	32	16,49%
Distribuidor	19	9,79%
TOTAL	194	100%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor



**Figura 4 Locales donde adquieren pasta de tomate**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

### **Análisis e Interpretación:**

El 69% de empresas encuestadas adquieren la pasta de tomate en Mini Markets, el 16% en Tiendas del barrio, el 10% en Distribuidoras y el 5% en Bodegas.

Los Mini Markets son los locales de mayor preferencia para adquirir las pastas de tomates, esto quiere decir que en un futuro se puede hacer una alianza estratégica para que sean estos los que vendan la pasta de tomate MASSANO dentro de las Islas y como Tomato´s Galápagos solo dedicarse a la producción de la misma.

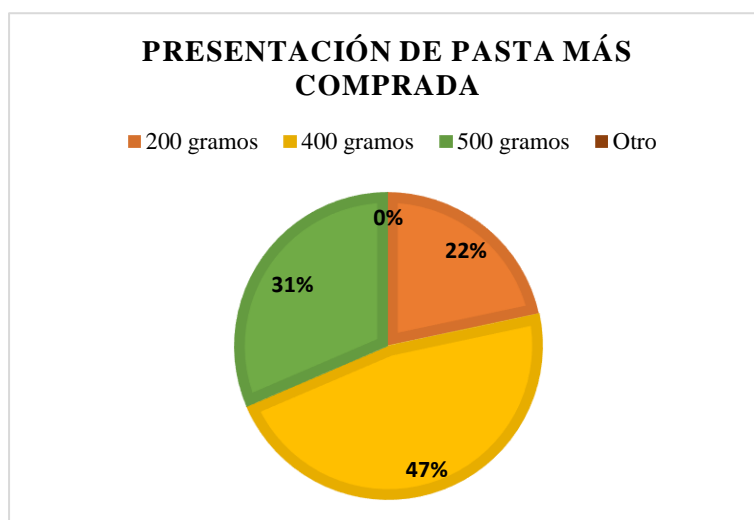
#### Pregunta No.4 ¿Qué tipo de presentación de pasta de tomate compra usted?

**Tabla 9 Resultados pregunta 4**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
200 gramos	42	21,65%
400 gramos	91	46,90%
500 gramos	61	31,44%
Otro	0	0%
TOTAL	194	100%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor



**Figura 5 Pasta más comprada**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

#### **Análisis e Interpretación:**

El 47% de empresas adquiere la presentación de pasta de tomate de 400 gramos. La segunda presentación más consumida es la de 500 gramos con un 31%, seguido del 22% de presentaciones de 200 gramos y un 0% de otras presentaciones del mercado.

Hay gran oportunidad de mercado para ofrecer frascos de 500 gramos de pasta de tomate. Ya que es la presentación más escogida por los encuestados. Esta presentación es escogida porque no hay variedad de presentaciones que contengan más cantidad de pasta.



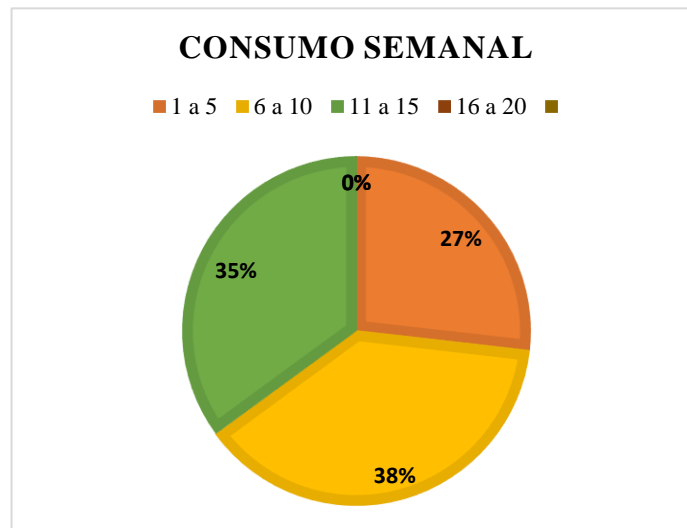
**Pregunta No.5 ¿Cuántos frascos de pasta de tomate consume usted en la semana?**

**Tabla 10 Resultados pregunta 5**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5	52	26,80%
6 a 10	74	38,14%
11 a 15	68	35,05%
16 a 20	0	0%
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El autor



**Figura 6 Cantidad de frascos consumidos semanalmente**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

**Análisis e Interpretación:**

El 38% consume en promedio 8 pastas de tomate semanales, el 35% de 11 a 15, el 27% 3 pastas de tomates y el 0% consumen de 16 a 20 pastas semanales.

De esta pregunta se puede deducir que, el consumo de pastas de tomates semanalmente es de 8 frascos, es decir, se deberían producir en promedio 8 pastas de tomate por cada empresa que podría adquirir MASSANO.

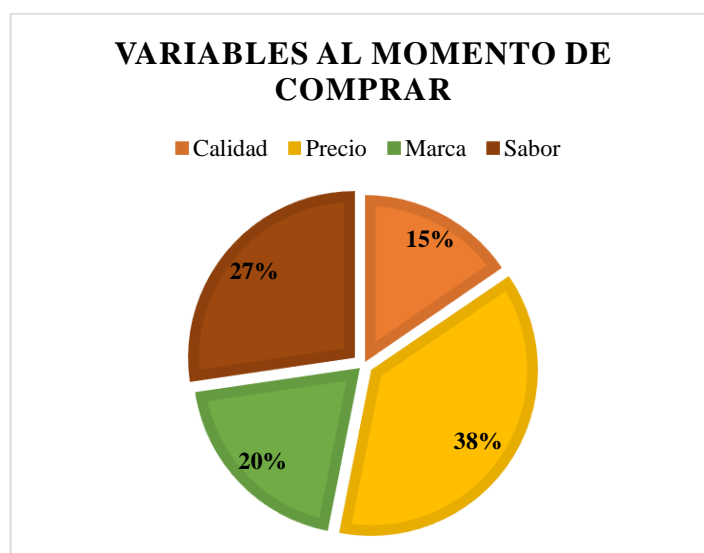
**Pregunta No.6 ¿Qué factores considera usted al momento de comprar pasta de tomate?**

**Tabla 11 Resultados pregunta 6**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	30	15,46%
Precio	73	37,63%
Marca	38	19,58%
Sabor	53	27,32%
TOTAL	194	100%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor



**Figura 7 Variables al momento de comprar**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Análisis e Interpretación:**

El 38% de las empresas se guían más por la variable precio, en segundo lugar, el sabor con un 27%, seguido de la variable marca, y por último calidad.

Los compradores de pasta de tomate se fijan más en el precio que la calidad, es por esto que el producto tendrá precios competitivos. Además de que el producto contará con un gran sabor que ayudará a la preparación de los alimentos dándole un mayor realce y reconocimiento a MASSANO.

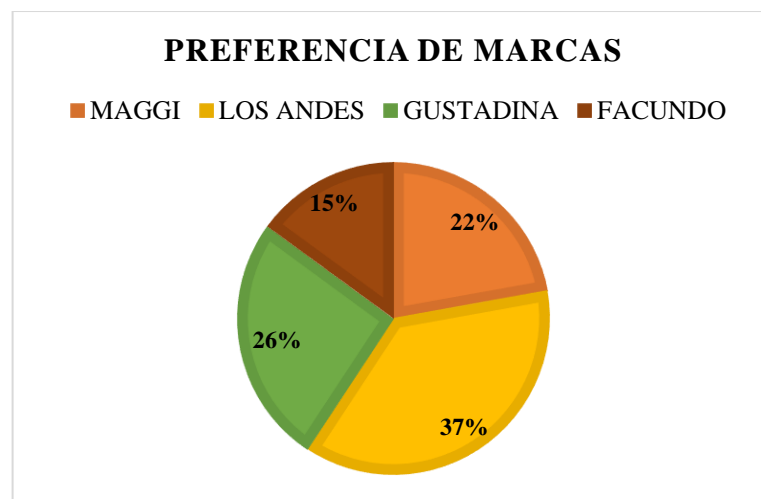
**Pregunta No.7 De acuerdo con la variedad de marcas de pasta de tomate, marque del 1 al 4, siendo 1 el de mayor preferencia.**

**Tabla 12 Resultados pregunta 7**

Frecuencia	MAGGI	LOS ANDES	GUSTADINA	FACUNDO	TOTAL
Mayor preferencia	43	72	50	29	194
Porcentaje	22%	37%	16%	15%	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora



**Figura 8 Preferencias de marcas de pasta de tomate**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación:**

El 37% de empresas al comprar elige la marca Los Andes, Gustadina es la segunda marca elegida con el 26%, Maggi sigue con el 22% y por último la marca de menos preferencia con un 15% es Facundo.

Se puede concluir que la principal marca competidora para MASSANO sería Los Andes seguida por Gustadina, es decir, estas dos marcas, son escogidas por las empresas debido a sus precios bajos y sabor del producto. Es lo que MASSANO debe competir directamente y tener mejor precio y sabor.

**Pregunta No.8 ¿Ha escuchado usted acerca del tomate tipo San Marzano?**

**Tabla 13 Resultados pregunta 8**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	2,06%
No	190	97,93%
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora



**Figura 9 Conocimiento tomate San Marzano**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La autora

**Análisis e Interpretación:**

El 98% de los representantes de las empresas no conoce o ha escuchado acerca del tomate San Marzano, mientras que un 2% si ha escuchado acerca de esta variedad de tomate.

Esta es una debilidad y oportunidad a la vez para la empresa, ya que se va a ofrecer una pasta de tomate a base de un tomate poco conocido, pero sin embargo se puede aprovechar esto como una idea innovadora que pueda atraer a las empresas a adquirir esta pasta de tomate.

**Pregunta No.9 ¿Tomando en cuenta las características de tomate tipo San Marzano le gustaría adquirir esta pasta de tomate?**

**Tabla 14 Resultados pregunta 9**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	174	89,69%
No	20	10,31
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La autora



**Figura 10 Aceptación pasta de tomate MASSANO**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

**Análisis e Interpretación:**

Los encuestados respondieron a esta pregunta con un 90% de aceptación frente a un 10% de una respuesta negativa ante MASSANO.

Esta pregunta es crucial, ya que se espera un porcentaje muy alto de aceptación de compra de la pasta MASSANO, lo que indica que si habrá un mercado amplio para la venta de la misma.

**Pregunta No.10 ¿Qué tipo de presentación le gustaría adquirir de este tipo de pasta de tomate?**

**Tabla 15 Resultados pregunta 10**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500 gramos	70	36,08%
1 litro	124	63,91%
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora



**Figura 11 Presentaciones con mayor aceptación**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Análisis e Interpretación:**

El 64% de empresas desearía adquirir frascos de pastas de tomate de 1 litro y el 36% frascos de 500 gramos.

Los frascos de 1 litro son de mayor aceptación ya que con estos, las empresas ahorrarían espacio y costos al momento de adquirirlos, es por eso que habrá más frascos de pasta de tomate de 1 litro. Mientras que los frascos de 500 gramos serán producidos en menor porcentaje.

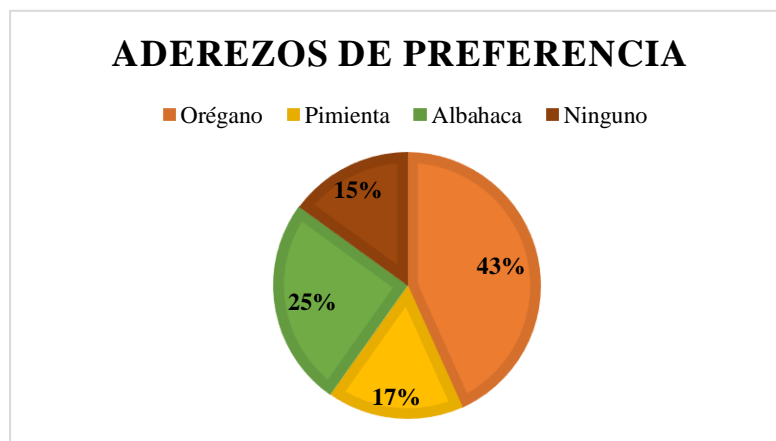
**Pregunta No.11 ¿Qué tipo de aderezo le gustaría añadir en la pasta de tomate?  
Puede escoger más de una respuesta.**

**Tabla 16 Resultados pregunta 11**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Orégano	84	43,29%
Pimienta	32	16,49%
Albahaca	49	25,25%
Ninguno	29	14,29%
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La autora



**Figura 12 Aderezos de preferencia**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborada por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación:**

El mayor porcentaje de empresas prefieren el orégano como aderezo con un 43%, la albahaca con un 25%, la pimienta con un 17% y hay empresas que no quisieran ningún aderezo con el 15%.

Partiendo de los resultados obtenidos de esta pregunta, se puede deducir que a un gran porcentaje de empresas les agrada la idea de que la pasta tenga aderezos como el orégano, albahaca y pimienta, es por eso que, MASSANO se producirá con estos aderezos.

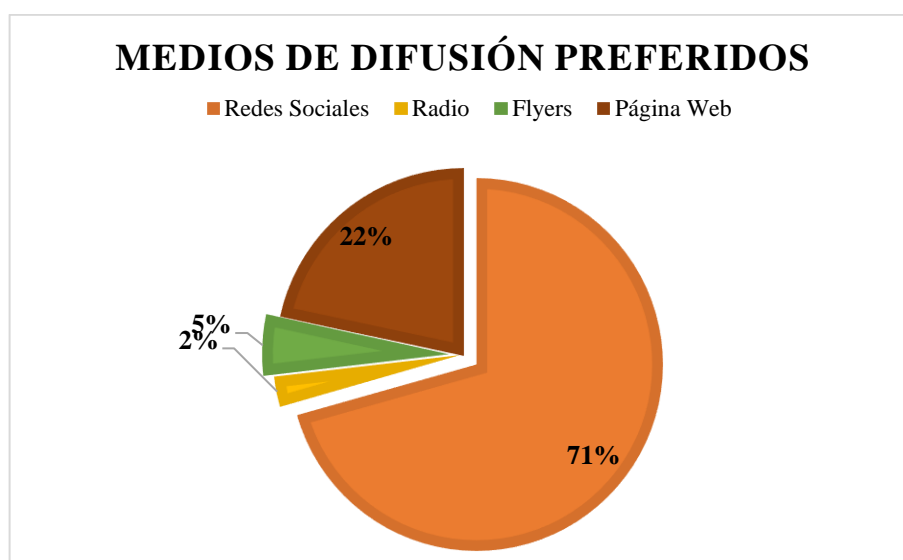
**Pregunta No.12 ¿Por qué medio le gustaría conocer acerca de la pasta de tomate tipo San Marzano?**

**Tabla 17 Resultados pregunta 12**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	67	34,53%
Radio	20	10,30%
Flyers		0%
Página Web	0	0%
TOTAL	194	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora



**Figura 13 Medios de difusión preferidos**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La Autora

**Análisis e Interpretación:**

El mayor medio de difusión son las redes sociales con un 71%, la página web con un 22%, los flyers con un 5% y por último la radio con un 2%.

El medio de difusión de mayor preferencia es el de Redes Sociales, ya que en Galápagos hay varios perfiles creados para la venta y promoción de varios artículos y propaganda de varios negocios, de esta manera las redes sociales serán el principal medio de difusión de MASSANO. También la página web ya que la mayoría de empresas de los barcos de turismo se manejan bajo páginas web.



### 1.2.2 Demanda Potencial

La demanda es la necesidad respaldada por el poder de compra de un individuo. (Armstrong, 2012)

Para obtener la demanda potencial procedimos a analizar los porcentajes obtenidos de la pregunta realizada en la encuesta, donde el 89,69% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a adquirir la pasta de tomate tipo San Marzano, además de la cantidad de frascos que adquieren semanalmente calculándolo anualmente. De esta manera una vez obtenida la demanda se aplicó la tasa de crecimiento del 3.38% para proyectar la demanda, esta tasa basada en el crecimiento turístico de las Islas Galápagos. (Parque Nacional Galápagos, 2017).

**Tabla 18 Proyección de la demanda**

AÑO		DEMANDA POTENCIAL	%		PROYECCIÓN DEMANDA	
			CRECIMIENTO TURISMO	i		
			i+1	(i+1) ^n		
2018	0	135.168	3,38%	103,38%	1	135.168
2019	1				1,03	139.737
2020	2				1,07	144.460
2021	3				1,10	149.343
2022	4				1,14	154.390
2023	5				1,18	159.609

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

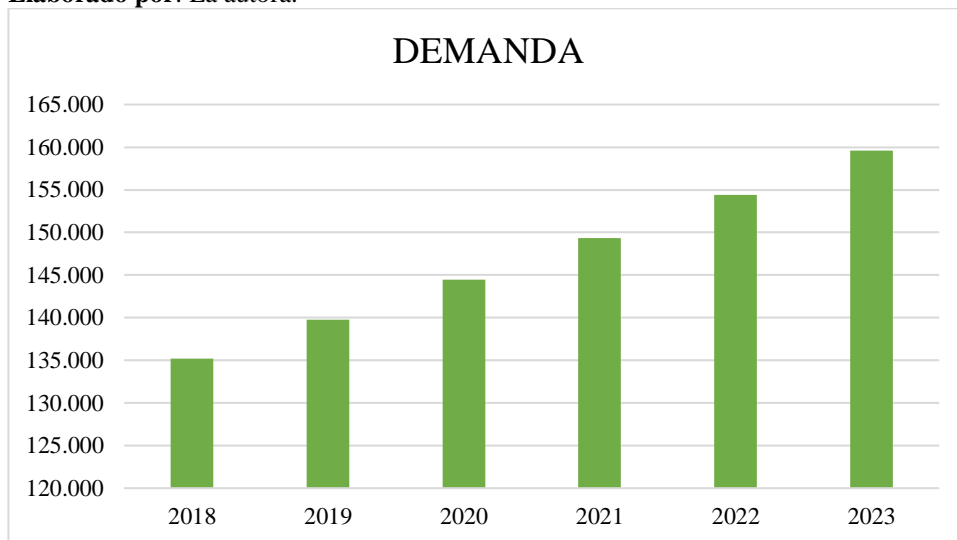
La tabla 18 muestra la demanda en cantidad de frascos de 500 gramos con un total de 135.168, al mismo tiempo la proyección de la demanda para 5 años más.

**Tabla 19 Tendencia de la Demanda**

AÑO	DEMANDA
2018	135.168
2019	139.737
2020	144.460
2021	149.343
2022	154.390
2023	159.609

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora.



**Figura 14 Tendencia de la Demanda**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La autora

La figura 14 indica claramente el crecimiento de la demanda en el transcurso de los años, esto debido al crecimiento progresivo del sector turístico de Galápagos.

## Análisis del macro y microambiente.

### 1.3.1 Análisis de microambiente.

Se analizará el microambiente por medio de las 5 fuerzas de Porter, el que permitirá identificar las oportunidades y amenazas externas que enfrentará la elaboración y comercialización de estas pastas de tomate.



**Figura 15** Cinco fuerzas de Porter

**Fuente:** (Porter M. E., 1980)

**Elaborado por:** El autor

Michael Porter (Porter M. E., 1980) creó el modelo de las Cinco fuerzas de Porter, en este modelo se evidencian los recursos que tiene la empresa y ayuda a optimizarlos para ser más competitivos.

#### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Al ingresar al mercado con un producto novedoso de consumo masivo con un alto grado de aceptación, se pone en riesgo que aparezcan nuevos competidores debido a la demanda que generará en una localidad con un mercado insatisfecho de productos locales e importados debido a problemas de abastecimiento de productos similares que son ingresados de la parte continental.

### **Rivalidad entre competidores**

Dentro de las islas Galápagos no existe competencia directa por así decirlo sería toda aquella pasta de tomate elaborada con procesos industriales y a base de tomate común, pero esta pasta sería la importada desde la parte continental. Ya que localmente nadie produce pasta de tomate. Existen cuatro marcas de pasta de tomate que son importadas; Maggi, Los Andes, Facundo y Gustadina. Los productos importados tendrían aspectos diferentes a los de MASSANO, debido a las diferencias tanto en sabor, composición y procesamiento.

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

En este caso los proveedores de semillas de la pasta de tomate tienen un poder de negociación alto ya que es parte fundamental para obtener la materia prima que es el tomate San Marzano, para el desarrollo del negocio y en el país son pocas las empresas que traen las semillas de tomate de este tipo. En el caso de los frascos sería bajo, ya que hay varios proveedores en el país.

### **Poder de negociación de clientes.**

Debido a que no hay un producto similar en el mercado de Galápagos, el poder de negociación de los clientes en este aspecto es bajo, lo que representa una fortaleza para la empresa ya que la pasta de tomate será orgánica y producida en las Islas Galápagos. Debido al desabastecimiento que ha existido en los últimos años en las islas sería un factor importante al momento de la compra, sin embargo, el cliente es el que decide al final, puede que en su pensamiento ya tengan un gusto predeterminado y sea difícil que acepten el nuevo producto rápidamente.

## **Amenaza de productos sustitutos**

Ya que Galápagos es un Patrimonio Natural de la Humanidad, y que tiene ciertas reglas como no permitir que se desarrollen negocios o industrias por personas que no tengan residencia permanente. Es una fortaleza ya que no cualquier industria podría ingresar a realizar pasta de tomate en Galápagos. En este caso los únicos productos sustitutos son las pastas de tomate común o pastas similares traídas desde la parte continental.

### **1.2.2 Análisis PESTEL.**

#### **Factor económico**

En este factor se toma en cuenta la inflación relacionada a las islas Galápagos. Galápagos contó con un IPC recién en el año 2016, el cual hace referencia a que en Galápagos el IPC se ubicaba en \$1.803. Es decir, el 80% más alto que en el Ecuador continental definiendo así salarios y canasta básica más elevados. (Inec, 2016). Las entidades financieras han brindado apoyo con créditos para emprendimientos que estimulen la matriz productiva como lo es la agroindustria.

#### **Factor político**

En estos últimos años el gobierno nacional ha impulsado los emprendimientos que se basen en la industrialización de materia prima en el país. Debido a que Galápagos se maneja con políticas diferentes, tiene ciertas reglas y parámetros que las industrias deben cumplir para poder funcionar dentro de la provincia. En el ámbito de la agricultura hay ciertas restricciones con el ingreso de ciertas semillas. (ABG, 2013)

### **Factor social**

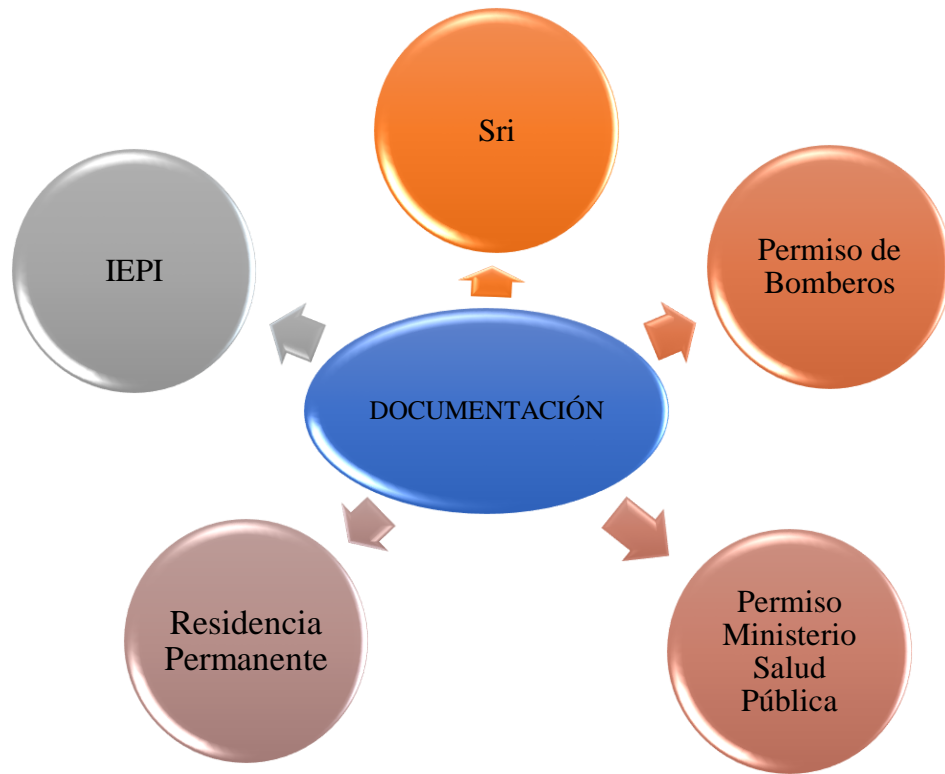
El consumo de productos orgánicos en la elaboración de productos en el sector alimenticio en las islas Galápagos ha ido en un constante crecimiento, debido a que es un lugar que recibe miles de turistas al año, debe acoplarse a diferentes gustos y preferencias, actualmente productos derivados de la leche y productos a base de carne de res, cerdo y pescado han ido en crecimiento. Lo que evidencia, mayor preferencia de productos locales por los diferentes actores; como consumidores finales, restaurantes y embarcaciones de turismo.

### **Factor tecnológico**

El factor tecnológico en el caso de MASSANO, la producción va a ser artesanalmente, por lo que no se hará uso de la tecnología para procesos de producción, sin embargo, en la parte administrativa el uso de un software para el manejo de la contabilidad y parte financiera de la empresa será imprescindible.

### **Factor legal**

En lo legal, es fundamental probar que como el principal responsable de la empresa MASSANO sea una persona residente permanente de las islas Galápagos para así asegurar la legalidad de los demás procesos para conformar la empresa dentro del ámbito legal. Para la creación de pasta de tomate tipo San Marzano en Galápagos, el factor legal es parte primordial para obtener los permisos y documentación necesaria para poner en marcha la misma Se debe solicitar los siguientes documentos:



**Figura 16 Factor Legal**  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La Autora

- **Matriz EFI (Evaluación del Factor Interno)**

**Tabla N°20 Matriz EFI**

FACTOR INTERNO	VARIABLES	PONDERACIÓN N	CALIFICACIÓN N	PONDERADO
Producto orgánico	Fortalezas	10%	3	0,3
Producto innovador	Fortalezas	50%	4	2
Venta personalizada	Fortalezas	8%	3	0,24
Contar con todos los permisos legales de funcionamiento	Fortalezas	7%	3	0,21
<b>TOTAL</b>				<b>2,75</b>

Marca y producto poco conocido en el mercado	Debilidades	7%	2	0,14
Falta de experiencia en producción de pastas	Debilidades	7%	2	0,14
Inexistencia de reglamentos de productos orgánicos en la zona.	Debilidades	4%	1	0,04
Falta de personal para MKT y ventas	Debilidades	7%	1	0,07
<b>TOTAL</b>		100%		0,39

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis:**

La empresa MASSANO, tiene fortalezas que superan sus debilidades, es decir, se debe desarrollar mejor las competencias y estrategias que permitan el posicionamiento de la marca en el mercado.

- **Matriz EFE (Evaluación del Factor Externo)**

**Tabla N°21 Matriz EFE**

<b>FACTOR EXTERNO</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERADO</b>
Población clase media-alta	Oportunidades	25%	4	1
Precios competitivos	Oportunidades	12%	3	0,36
Preferencia de productos locales	Oportunidades	9%	3	0,27
Producción alternativa frente a	Oportunidades	13%	4	0,52



productos con preservantes.				
<b>TOTAL</b>				<b>2,15</b>
Cambios climáticos o estacionales.	Amenazas	10%	2	0,2
Mercado inexplorado	Amenazas	9%	1	0,09
Plagas en la producción.	Amenazas	8%	1	0,08
Cambio en las políticas agropecuarias en Galápagos	Amenazas	14%	2	0,28
<b>TOTAL</b>		100%		<b>0,65</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

En la matriz EFE, se observa que las oportunidades superan las amenazas presentadas. Una de las principales oportunidades es el mercado que se va a tocar, ya que es un mercado con una posibilidad económica alta, lo que provoca que exista una mayor oportunidad de compra, obteniendo así buenos beneficios económicos.

- **Matriz Perfil Competitivo**

Esta matriz permite la comparación entre empresas rivales que compiten en el mercado, en esta matriz se califican las fortalezas y debilidades de cada una, además de la empresa MASSANO.

**Tabla N°22 MPC**

Factores claves del éxito	MASSANO		Los Andes		Gustadina		
	Peso	Calificación	Peso Pond.	Calificación	Peso Pond.	Calificación	Peso Pond.
Servicio al cliente	0,2	4	0,8	1	0,2	1	0,2
Precio	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Calidad del producto	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42
Uso de tecnología	0,18	1	0,05	4	0,2	4	0,2
Publicidad efectiva	0,2	2	0,4	4	0,8	2	0,4
Lealtad del cliente	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Beneficios nutricionales	0,2	4	0,8	3	0,18	2	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,81</b>		<b>2,85</b>		<b>2,39</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis:**

La empresa MASSANO presenta una calificación competitiva, esto se deberá a su alto nivel en atención al cliente gracias a la distribución personalizada, al seguimiento de los clientes y de los altos beneficios nutricionales. Sin embargo, no cuenta mucho con la lealtad del mercado ya que es una empresa nueva en el mercado que necesita posicionarse en la mente de los consumidores.

### **1.3.3 Proyección de la oferta**

Para calcular la oferta, se realizó una investigación de campo que consistía en analizar cuantos puntos de venta de pasta de tomate hay en la provincia de Galápagos. Se consideró las más significativas, y se obtuvieron 9 locales en los que restaurantes y embarcaciones se abastecen de pasta de tomate, seguido de este resultado se consideró analizar qué cantidad de frascos vendían al año de los cuales se obtuvieron un total de ventas anuales de 13500 frascos por los 9 puntos. Además, se obtuvo el crecimiento del sector alimenticio al año 2018, que según la revista Ekos fue del 4.5%. (Ekos, 2018)

**Tabla 23 Proyección de la oferta**

AÑO		OFERTA POTENCIAL	% CRECIMIENTO SECTOR	i+1	(i+1)2	PROYECCIÓN OFERTA
2018	0	13.500	4,50%	104,50%	1	13.500
2019	1				1,05	14.108
2020	2				1,09	14.742
2021	3				1,14	15.406
2022	4				1,19	16.099
2023	5				1,25	16.823

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

En la tabla 23 se muestra una oferta de frascos de 500 gramos de 13.500 al año, con una proyección progresiva según la tasa de crecimiento del sector alimenticio.

**Tabla 24 Tendencia de la oferta**

AÑO	OFERTA
2018	13.500
2019	14.108
2020	14.742
2021	15.406
2022	16.099
2023	16.823

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 1.4 Demanda Potencial Insatisfecha

**Tabla 25 Demanda Insatisfecha**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2.018	135.168	13.500	121.668
2.019	139.737	14.108	125.629
2.020	144.460	14.742	129.717
2.021	149.343	15.406	133.937
2.022	154.390	16.099	138.291
2.023	159.609	16.823	142.785

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

La demanda insatisfecha arrojó un resultado positivo, esto quiere decir que, existe demanda en el mercado que se puede satisfacer y que el proyecto es factible. Es ahí donde el producto MASSANO debe aprovechar e incrementar con los años su producción para poder cubrir la demanda insatisfecha. Por otra parte, se puede observar que la oferta es muy baja comparada a la demanda. Esto sucede ya que en las Islas Galápagos continuamente enfrentan problemas de desabastecimiento de productos, lo que hace que los consumidores reemplacen ciertos productos por productos sustitutos.

### **1.5 Promoción y publicidad que se utilizará.**

La promoción es parte fundamental en el éxito de lanzar un nuevo producto al mercado, su objetivo se fundamenta en comunicar información del producto y los beneficios que se obtiene de consumirlo. (Esan, 2017)

La promoción se debe considerar como inversión no como gasto, ya que por medio de esta se lograrán las ventas necesarias para obtener rentabilidad, en el caso de MASSANO se harán diferentes promociones dependiendo de las fechas del calendario.

- Por cada 4 frascos de 1 litro, 1 frasco de 500 gramos gratis en todo el mes de febrero por las fiestas de provincialización.
- Obtenga el 5% de descuento todo el mes de diciembre.
- En el mes de junio obtenga una bolsa biodegradable de obsequio por sus compras.

Se realizará publicidad orientada al mejoramiento ambiental y evitar la contaminación, este consistirá en hacer una campaña de concientización para la devolución de los frascos de pastas de tomate luego de su uso final. Esto ayudará a que Tomató's Galápagos recupere los frascos de vidrio para poder ser reutilizados y así evitar su importación de la parte continental, reduciendo así el impacto ambiental en las islas Galápagos.

La publicidad se enfoca en las necesidades que aún no están cubiertas, por lo que su publicidad se la realizará a través de redes sociales, correo electrónico y llamadas telefónicas, ya que en Galápagos no es permitido la colocación de vallas publicitarias, tampoco existe un canal local en el que se pueda promocionar productos elaborados localmente. El uso del internet ha ido en constante crecimiento debido al desarrollo tecnológico y necesidades de comunicación, así que se aprovechará este recurso para publicitar la marca MASSANO.

### **Target**

Este se refiere al mercado objetivo, el cual serán restaurantes y personas encargadas de realizar los abastecimientos de las embarcaciones de turismo que deseen adquirir esta pasta de tomate.

### **Objetivo:**

Brindar información, publicidad y promociones a los clientes sobre la pasta de tomate MASSANO.

### **Estrategias**

- Contar con un slogan distintivo y llamativo que se posicione en la mente de las personas.
- Crear perfiles en redes sociales, que cuenten con toda la información del producto, que sea original y creativo.
- Realizar promociones anuales en fechas especiales (febrero y diciembre) para fidelizar los clientes.
- Visitar a los posibles clientes y realizar degustaciones en las tiendas principales de la isla.

## Canales

El canal a utilizar para dar a conocer las promociones y publicidad de MASSANO será online, ya que el uso del internet en las islas Galápagos ha ido en constante crecimiento.

- **Online:** Este canal es característico ya que es innovador, esto ya que envía toda clase de información en formato digital por medio de medios no tradicionales o plataformas de los que las personas están más al pendiente hoy en día. (Javier Cebollada & Marta Arce, 2011)

Tomato's Galápagos enviará publicidad y las promociones que se vayan realizando por medios como; correo electrónico, páginas web, Facebook, Instagram o WhatsApp.

La publicidad se la hará mediante redes sociales como Facebook, Instagram y una página web. De igual manera se entregará material POP, este material abarca todos los objetos destinados a promocionar una empresa y que se entregan a los clientes como un obsequio. (Luis Rodriguez, 2018).

El material POP será entregado en las fiestas de provincialización y diciembre principalmente.

## Facebook

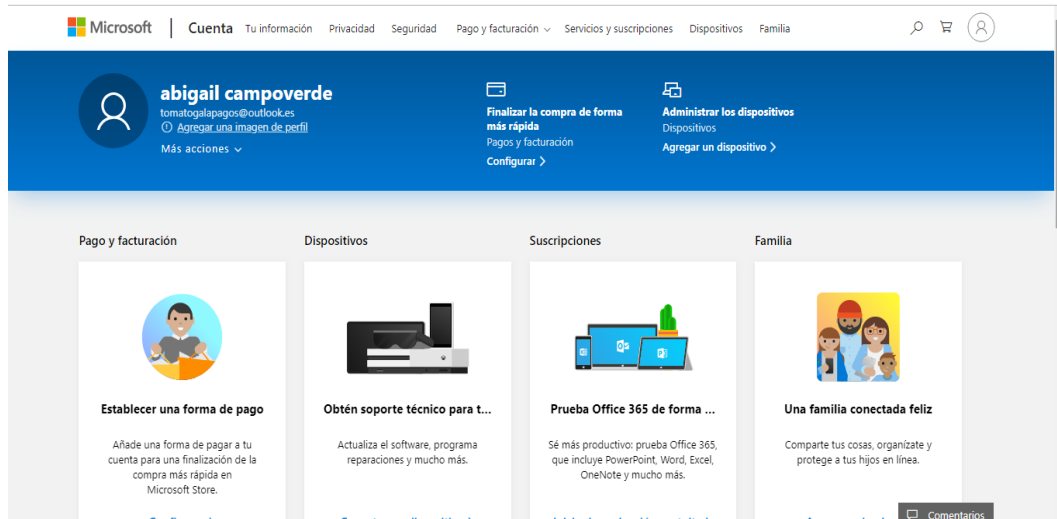


**Figura 17 Facebook Massano**

**Fuente:** Facebook.com

**Elaborado por:** La Autora

## Correo electrónico

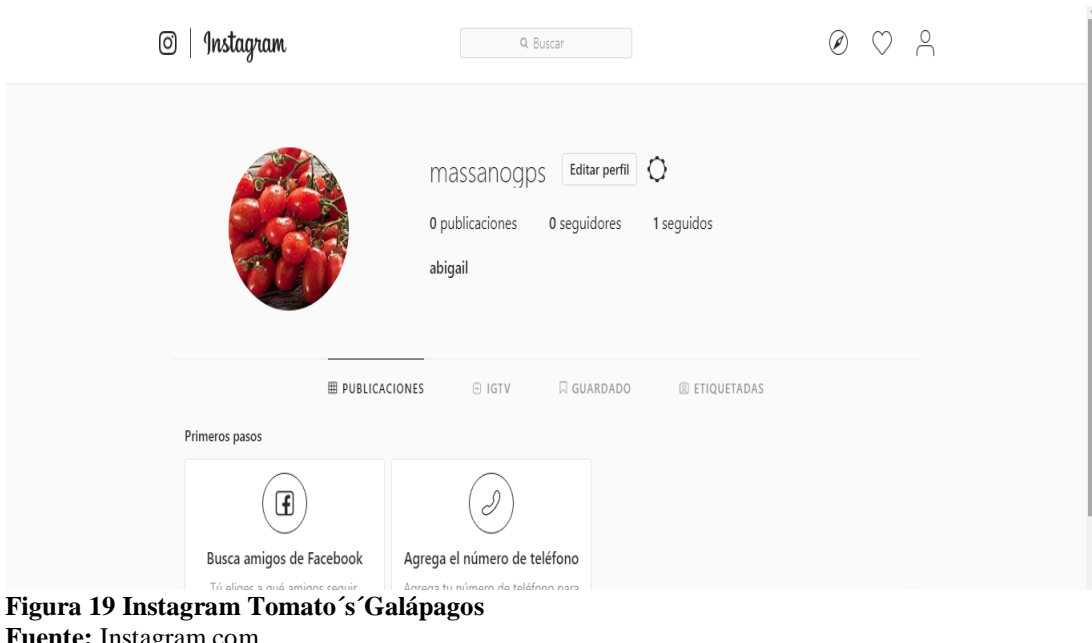


**Figura 18 Correo electrónico Massano**

**Fuente:** Outlook.com

**Elaborado por:** La Autora

## Instagram



**Figura 19 Instagram Tomato's Galápagos**

**Fuente:** Instagram.com

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 26 Plan de promoción y publicidad**

<b>N°</b>	<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PERIODICIDAD</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
1	Diseño y creación de página web	Internet	Jefe de ventas y marketing.	Una sola vez.	\$100
2	Redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp	Internet	Jefe de ventas y marketing.	Siempre	\$0
3	Material POP	Marketing comunicacional	Jefe de ventas y marketing.	Tres veces al año.	\$400
<b>TOTAL, PRESUPUESTO ANUAL PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>					<b>\$600</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora



## 1.6 Sistema de distribución a utilizar.

El método para distribuir el producto será directo, porque se lo realizará de manera personalizada, asegurando así que el producto llegue con mayor rapidez sin intermediarios y generando una estrecha relación con el cliente.



**Figura 20 Sistema de distribución**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## 1.7 Seguimiento de clientes.

El seguimiento de clientes es importante ya que permite saber si el producto satisface las necesidades del cliente, y la calidad del servicio. Por lo que se mantendrá un control permanente utilizando el siguiente formato:

<b>Empresa:</b>	
<b>Nombres:</b>	
<b>Apellidos:</b>	
<b>Edad:</b>	
<b>Dirección:</b>	
<b>Teléfono:</b>	
<b>Email:</b>	

¿El trato que recibe de la persona que le entrega el producto es?

Excelente  Muy bueno  Bueno  Aceptable  Malo

¿La cantidad de producto que se le distribuye satisface su necesidad?

Si  No

¿Cómo podemos mejorar nuestro producto?

-----

¿El tiempo de entrega de los productos es?

Excelente  Muy bueno  Bueno  Aceptable  Malo

MASSANO agradece su colaboración para llenar esta encuesta a nuestros clientes.  
¡Gracias por preferirnos!

**Figura 21 Seguimiento de clientes**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La Autora

### 1.8 Especificar mercados alternativos.

En este caso un mercado alternativo, sería la elaboración de tomate deshidratado tipo San Marzano, el cual se vendería al mismo nicho de mercado, es decir, barcos y restaurantes, pudiendo distribuirse incluso a toda la población insular.

## **CAPITULO II**

### **AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)**

#### **2.1 Descripción del proceso**

##### **2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien.**

Para la elaboración de la pasta de tomate MASSANO, se requiere principalmente del proceso de siembra y cosecha del tomate, el cual se lo va a hacer en una hectárea de terreno, en la parte alta de la isla Santa Cruz, específicamente en la parroquia el Occidente. Este lugar tiene temperaturas cálidas de 21°C a 27°C que son propicias para el buen desarrollo de esta variedad de tomate (Spark & Weather Spark, 2018). Luego de ser cosechado el tomate será llevado a un proceso de transformación el cual se hará de manera artesanal puesto que se mantendrá procesos amigables con el medio ambiente, así como disminución de costos en maquinaria.

A continuación, se describe cada uno de los procesos, seguido por los flujogramas y el mapa de procesos de la elaboración de la pasta de tomate MASSANO.

##### **1.- Preparar la tierra (2 horas)**

Este es el primer paso para la elaboración de la pasta de tomate, se debe preparar la tierra para que este apta para la siembra.

##### **2.- Sembrar (1hora 20 minutos = 1.33 horas)**

Se colocan las semillas con una separación de 50 centímetros ya que la planta de tomate de esta variedad tiene un mayor tamaño que las demás variedades.

##### **3.- Esperar que la planta germine y llegue a su punto de cosecha (2 meses – 720 horas)**

En este paso, se debe aplicar a las plantas fertilizantes para asegurarse que crezca de una manera adecuada y asegurando tomates de calidad.

#### **4.- Cosechar (4 horas)**

En este paso el agricultor se encargará de cosechar los tomates y llevarlos al área de producción.

#### **5.- Lavado y corte (20 minutos = 0.33 horas)**

Luego de que los tomates son cosechados, se procederá a lavarlos y cortarlos en la mitad.

#### **6.- Cocción (1hora)**

Se cocinan los tomates cortados en ollas grandes caseras, se añade ajo, sal, orégano y los condimentos que se deseen emplear, además de una pisca de sal para reducir la acidez, se añadirá el vinagre como conservante natural, el que ayudará a que la pasta tenga un periodo de caducidad de 6 meses.

#### **7.- Esterilización y sellado al vacío (40 minutos = 0.67 horas)**

Previo al llenado de los frascos de vidrio con la pasta de tomate, éstos serán esterilizados luego de lo cual en ollas de presión sellarlos al vacío a una temperatura de 70 grados durante 40 minutos.

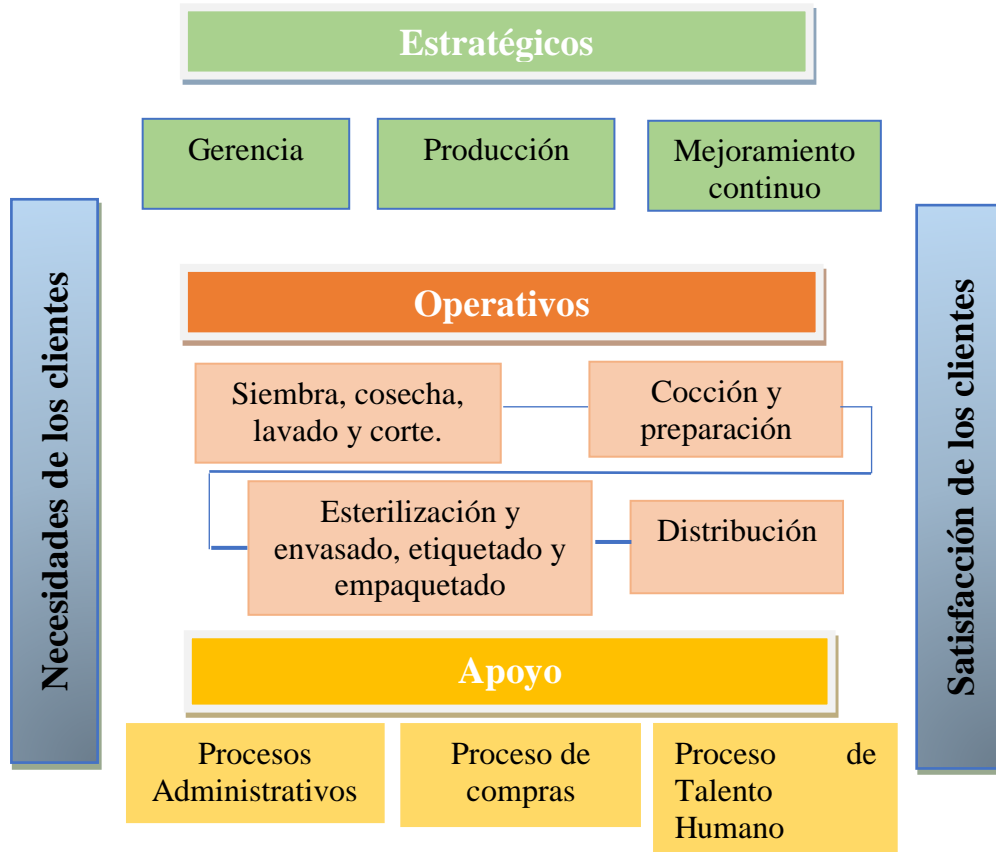
#### **8.- Etiquetado (20 minutos = 0.33 horas)**

Luego de realizado el literal 7, se procederá al etiquetado.

#### **9.- Distribución (2 horas)**

La distribución es el último paso, el envío del producto se realizará utilizando lanchas; la gestión del productor terminará en el puerto de salida en la Isla Santa Cruz, debido a que el comprador retirará el producto desde el puerto de llegada de las islas San Cristóbal e Isabela. Todos los costos serán asumidos por el comprador.

**Macro proceso**



**Figura 22.- Macro proceso de pasta de tomate MASSANO**  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborador por:** La Autora

**Tabla N°27 Figuras para flujogramas**

PROCESO	FIGURA
Inicio	
Actividad	
Retraso	
Documento	
Decisión	
Fin	

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborador por:** La Autora.

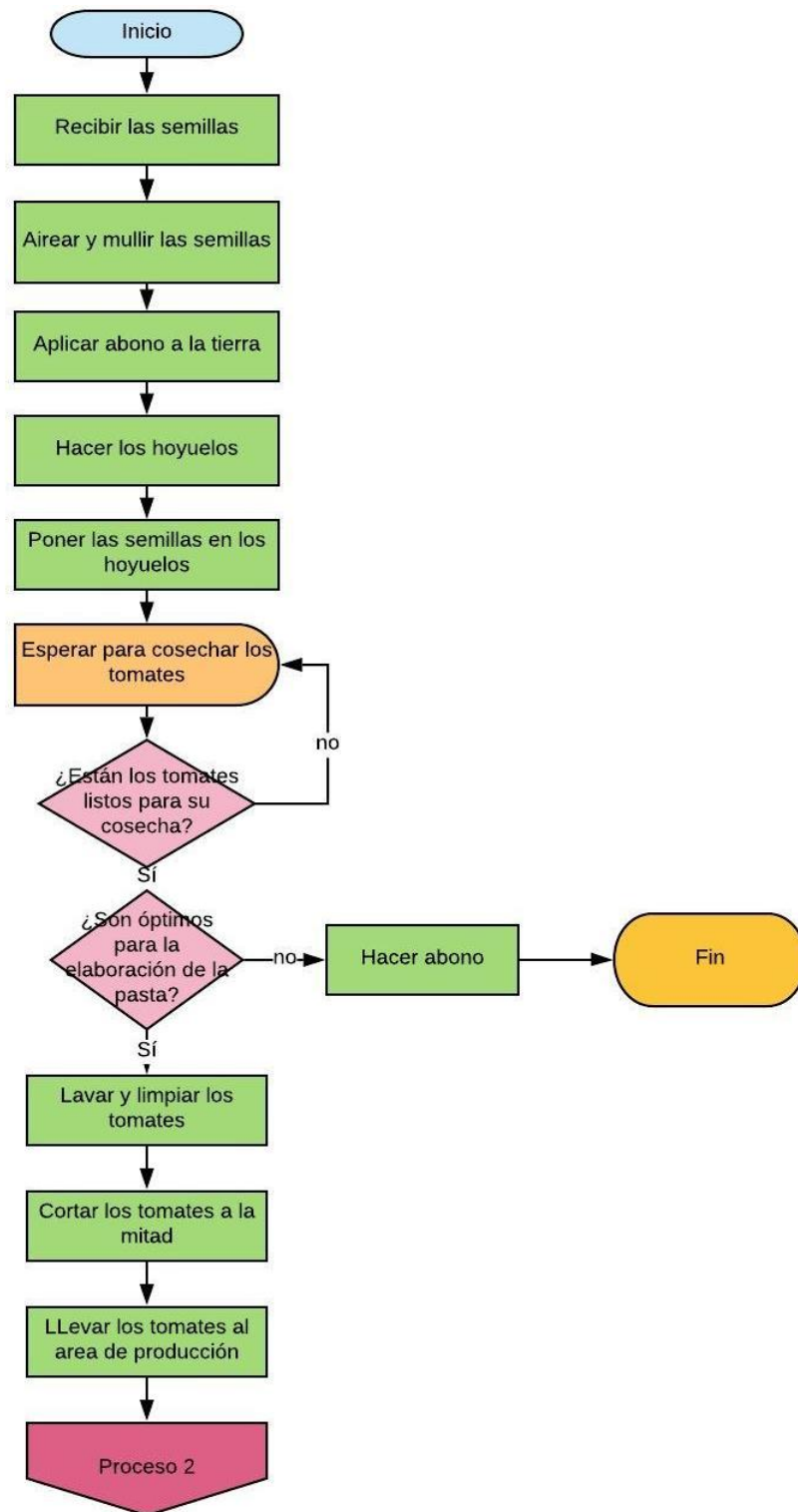
**Tabla 28 Descripción de las Actividades del Proceso de siembra, cosecha, lavado y corte**

ACTIVIDADES	FIGURA
0. Inicio	Inicio
1. Recibir las semillas	Actividad
2. Airear y mullir la tierra	Actividad
3. Aplicar el abono a la tierra	Actividad
4. Hacer hoyuelos	Actividad
5. Poner las semillas en los hoyuelos	Actividad
6. Esperar para cosechar los tomates	Espera
7. Escoger y limpiar los tomates.	Actividad
8. ¿Los tomates están listos para la elaboración de pasta?	Decisión
9. Lavar los tomates en los tanques plásticos.	Actividad
10. Cortar los tomates por la mitad.	Actividad
11. Llevar al área de producción.	Enlace
12. Llevar a producción los tomates	
13. Proceso 2.	

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La Autora

## Flujograma de siembra, cosecha, lavado y corte



**Figura 23** Flujograma siembra, cosecha, lavador y corte

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 29 Descripción de las actividades del proceso de cocción y preparación.**

ACTIVIDADES	FIGURA
1. Proceso 2	Inicio
2. Recibir los tomates cortados.	Actividad
3. Colocar los tomates en ollas caseras.	Actividad
4. Cocinar a fuego lento.	Actividad
5. ¿Están bien cocinados los tomates?	Decisión
6. Agregar los condimentos y preservantes.	Actividad
7. Dejar que se la preparación enfríe.	Actividad
8. Licuar.	Actividad
9. Proceso 3	Enlace

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Flujograma de cocción y

preparación





**Tabla 30 Descripción de las actividades del proceso de esterilización, envasado, etiquetado y empaquetado.**

ACTIVIDADES	FIGURA
1. Proceso 3	Inicio
2. Esterilizar los frascos en ollas de presión	Actividad
3. Verter la pasta y sellar los frascos	Actividad
4. Sellar al vacío en ollas de presión los frascos	Actividad
5. ¿Se sellaron bien los frascos?	Decisión
6. Sacar y secar los frascos.	Actividad
7. Etiquetar los frascos.	Actividad
8. Empaquetar los frascos.	Actividad
9. Proceso 4	Enlace

**Fuente:** Investigación Propia

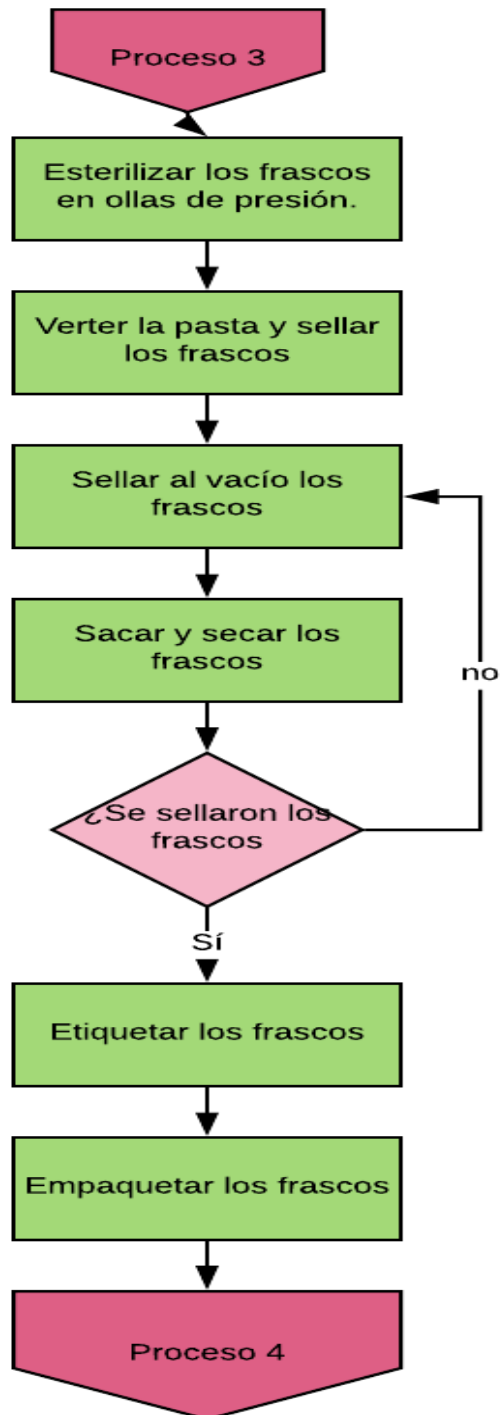
**Elaborado por:** La Autora

**Figura 24 Flujograma cocción y preparación**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Flujograma de esterilización, envasado, etiquetado y empaquetado.**



**Figura 25** Flujograma de esterilización, envasado, etiquetado y empaquetado

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

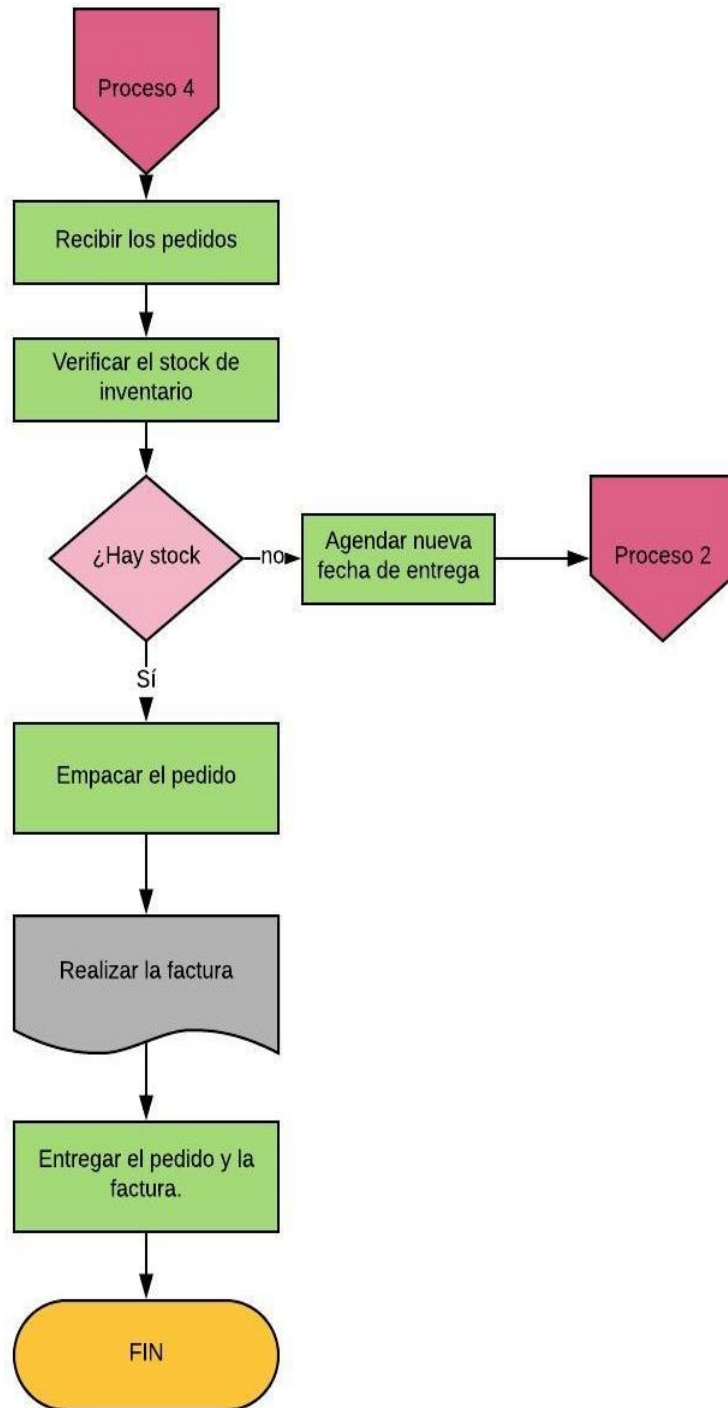
**Tabla 31 Descripción de las Actividades del Proceso de distribución.**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>FIGURA</b>
1. Proceso 4	Inicio
2. Recibir los pedidos.	Actividad
3. Verificar el stock de inventario.	Actividad
4. ¿Hay stock?	Decisión
5. Ingresar el pedido.	Actividad
6. Preparar el pedido.	Actividad
7. Realizar la factura	Espera
8. Entregar el pedido y factura.	Actividad
9. Fin.	Fin

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborador por:** La Autora

## Flujograma proceso de distribución



**Figura 26** Flujograma proceso de distribución

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

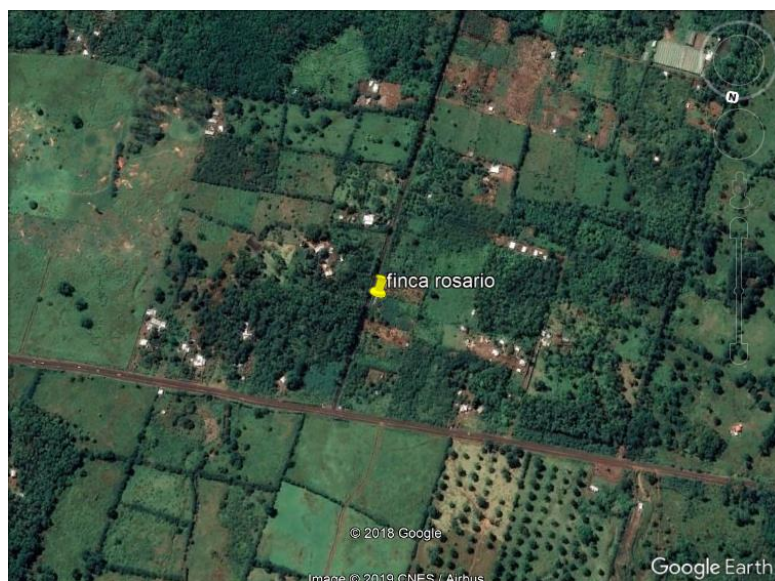
Las instalaciones de Tomatoes Galápagos, se encontrarán ubicadas en la parroquia Occidente, en la parte alta de la isla Santa Cruz en la provincia de Galápagos. En la finca Rosario de propiedad de la Sra. Ana María Betancourt, tiene una extensión de 4 hectáreas. Este lugar será el punto de siembra, cosecha, producción y distribución de la pasta de tomate MASSANO.



**Figura 27 Ubicación Geográfica Tomatoes Galápagos**

**Fuente:** Google Earth Pro

**Elaborado por:** La Autora

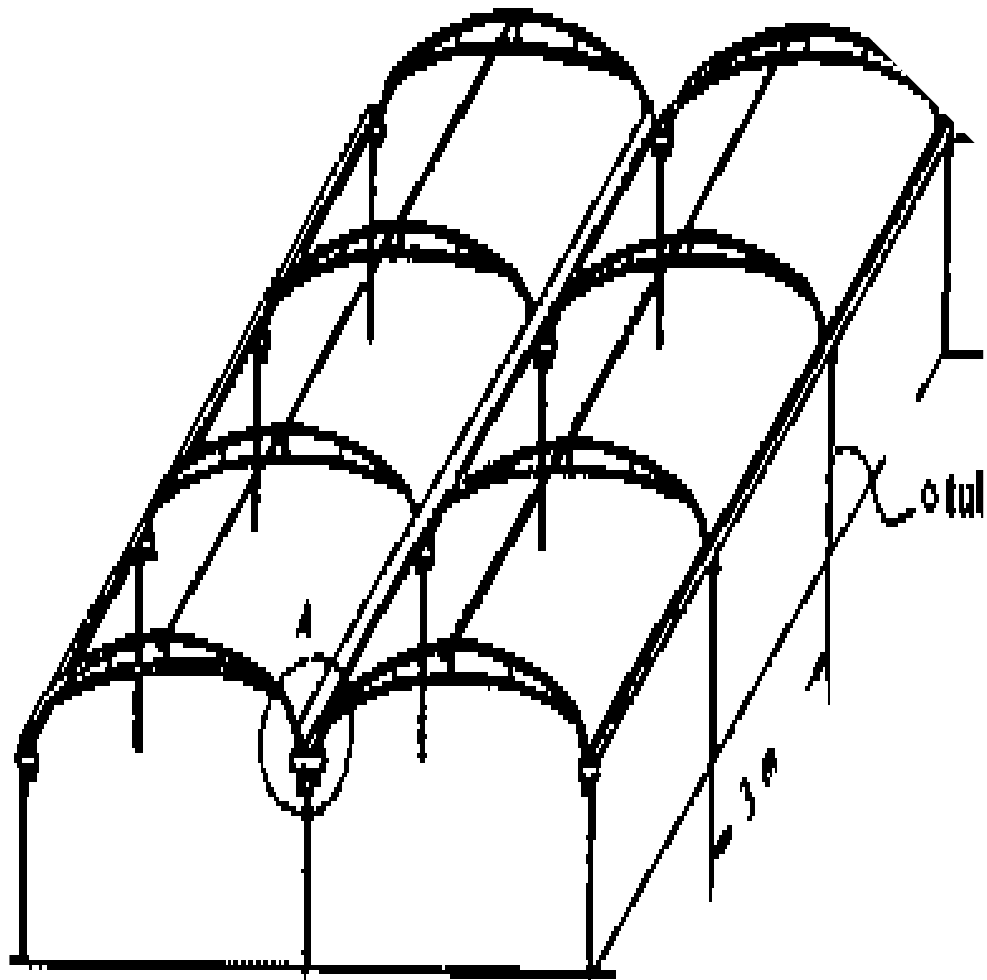


**Figura 28 Ubicación Tomatoes Galápagos Finca Rosario**

**Fuente:** Google Earth Pro

**Elaborado por:** La Autora

En esta finca estarán ubicadas todas las personas que laborarán en Tomatós Galápagos. Se ubicará los invernaderos, la planta de producción, la bodega y las oficinas del personal administrativo.



**Figura 29 Invernadero**  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La Autora

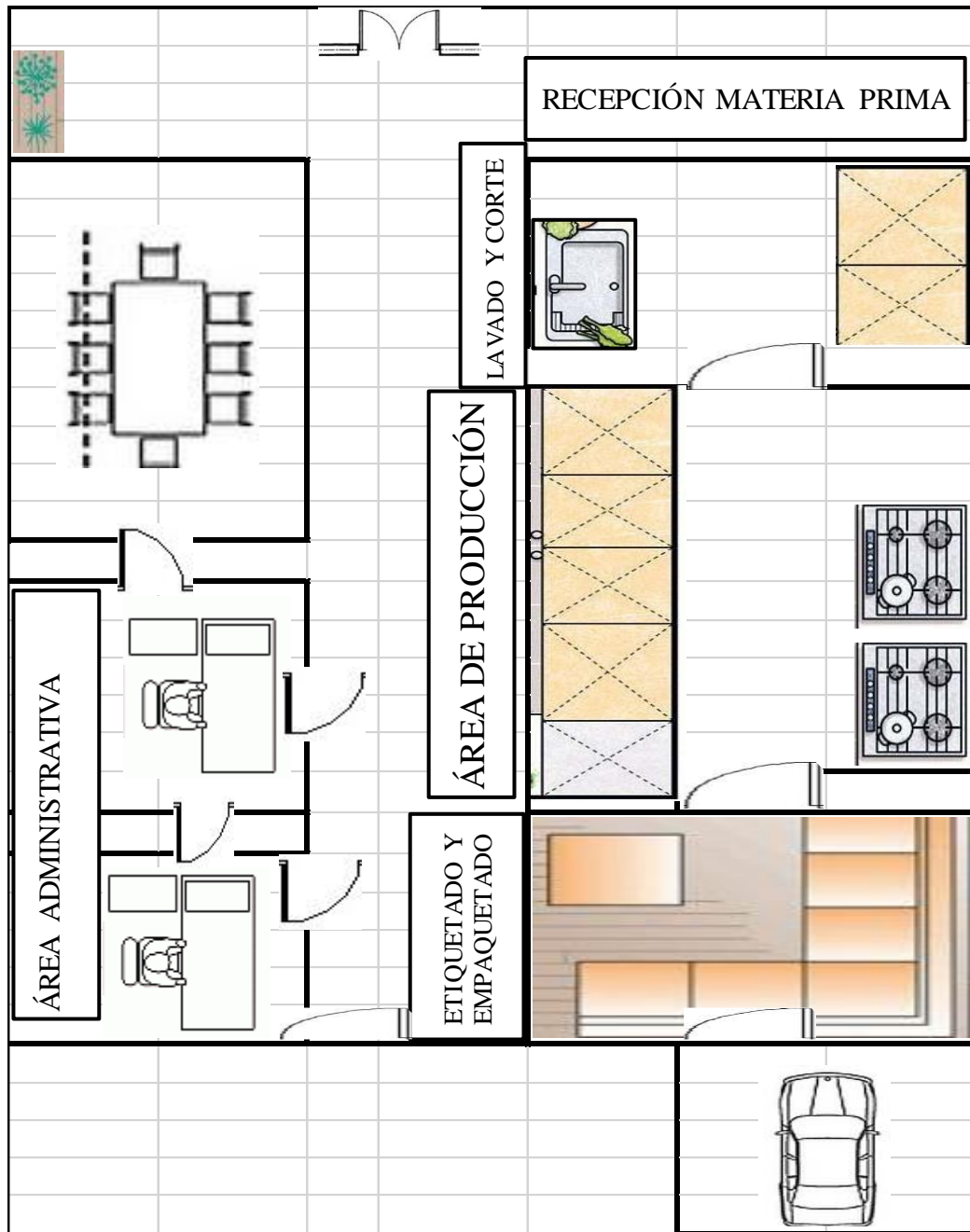


Figura 30 Distribución de Planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Los implementos dentro de la planta de producción serán; cocinetas, ollas de presión, ollas caseras y tanques plásticos.

**Tabla N°32 Descripción de los equipos**

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS	COSTO
Lavado	Tanques plásticos	Tanques de 55 galones	\$20
Cocción	Cocineta	Cocineta 4 quemadores	\$80
Cocción	Ollas caseras	Ollas 34x27 cm 20 litros	\$80
Esterilización y sellado al vacío	Ollas de presión	Olla industrial de presión 18 litros	\$560

**Fuente:** Mercado libre

**Elaborado por:** La Autora.

**Tabla 33 Descripción de las personas**

ACTIVIDADES	TIEMPO MENSUAL (horas)	N° PERSONAS	HORAS HOMBRE
Preparar la tierra y sembrar	4	1	4
Cosechar los tomates	4	1	4
Escoger los tomates	4	1	4
Lavar y cortar los tomates	26	1	26
Cocinar los tomates	20	2	40
Agregar los condimentos y conservantes	30	2	60
Licuar	10	2	20
Esterilizar los frascos	20	2	40
Verter la pasta y sellar los frascos	1,5	2	3
Sellar al vacío	10	2	20
Sacar y secar los frascos	0,67	2	1,34
Etiquetar los frascos	0,5	2	1
Empaquetar los frascos.	1,67	2	3,34

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora.

En la tabla 33 se describen las actividades que se realizan dentro de la empresa, desde la recepción de las semillas hasta la distribución de los pedidos. El tiempo que toma realizar las actividades mensualmente en horas, el número de personas que se emplean para cada actividad y la cantidad de horas utilizadas al mes.

La entrega se realizará: en la Isla Santa Cruz, 3 veces por semana, en las islas San Cristóbal e Isabela se realizarán un envío semanal.



### 2.1.3 Tecnología a aplicar.

Para este proyecto se trata de producir de manera artesanal, sin embargo, si es necesario un incremento de producción debido a un incremento de pedidos, en un futuro se podría aplicar tecnología como:

**Tabla N°34 Tecnología a aplicar**

MAQUINARIA A APLICAR	DESCRIPCIÓN
Autoclave	Este permitirá esterilizar mayor cantidad de frascos en menor tiempo.
TECNOLOGÍA A APLICAR	DESCRIPCIÓN
Millenium	Es un software contable el cual facilitará el ingreso de facturas de ingresos y egresos, pagos a proveedores y tener conocimiento de las cuentas de la empresa.

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora.

## 2.2 Factores que afectan el plan de operaciones.

### 2.2.1 Ritmo de producción

Se presenta a continuación el resultado de los tiempos de producción mensualmente en horas, seguido por la tabla de la cantidad de frascos que se va a producir.

**Tabla 35 Ritmo de producción**

ACTIVIDADES	N° PERSONAS	TIEMPO PROMEDI O	TIEMPO NORMA L	RITMO DE TRABAJO
				$\frac{T.Normal}{T.promedio \times N^{\circ} personas} * 20$
Preparar la tierra y sembrar	1	4	0,2	1
Cosechar los tomates	1	4	0,2	1
Escoger los tomates	1	4	8	40
Lavar y cortar los tomates	1	26	8	6,16
Cocinar los tomates	2	20	8	4
Agregar los condimentos y conservantes	2	30	8	2,67
Licuar	2	10	8	8
Esterilizar los frascos	2	20	8	4

Verter la pasta y sellar los frascos	2	1,5	8	60
Sellar al vacío	2	10	8	8
Sacar y secar los frascos	2	0,67	8	119
Etiquetar los frascos	2	0,5	8	160
Empaquetar los frascos.	2	1,67	8	48

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora.

**Tabla N°36 Producción en frascos**

DESCRIPCIÓN	500 gramos	1 litro
Diaria	24	42
Semanal	166	295
Mensual	720	1280
Anual	8.640	15.360

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora.

Este cálculo se lo realizó en base a la cantidad de frascos demandados y a la pregunta de la encuesta en el que el objetivo era analizar qué tipo de presentación desearían adquirir, dando como resultado que el 64% desearía frascos de 1 litro, mientras que el 36% de 500 gramos. Dando un resultado final de 24000 frascos al año.

### 2.2.2 Nivel de inventario promedio

El stock de inventario promedio mensual que se mantendrá de pastas de tomate MASSANO será aproximadamente de 2.060 frascos. Esto será el 3% más del ritmo de producción.

Se toma en cuenta el 3% ya que en un escenario favorable se esperará producir los frascos bajo pedido según la demanda semanal de los compradores, y se toma esta tasa ya que en un escenario desfavorable es un producto perecible y no es correcto una sobreproducción, más aún, considerando el clima de las Islas Galápagos que tiende a provocar que los productos perecibles tengan menor duración, acelerando su fecha de caducidad.

### 2.2.3 Número de trabajadores.

**Tabla N°37 Número de trabajadores**

N°	CARGO	FUNCIONES	CONTRATO
1	Gerente General	Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades para la elaboración de la pasta de tomate desde el proceso de siembra hasta la distribución. Dirigir al personal. Vigilar los recursos financieros de la empresa. Llevar la contabilidad de la empresa. Realizar pagos a empleados y a proveedores.	Indefinido
1	Asistente Agricultor	Adecuar el terreno para la siembra, sembrar, mantener a las plantas sin plagas Cosechar. Lavar los tomates. Cortar los tomates.	Indefinido
1 1	Asistente Producción Operario 1	Cocinar y licuar los tomates. Añadir condimentos y preservantes. Llenar los frascos y llevarlos a el proceso de estilizado y sellado al vacío. Etiquetar los frascos. Empacar los frascos	Indefinido
1	Asistente de ventas	Mantener y atraer contactos de futuros clientes. Manejar las páginas web y redes sociales, publicando publicidad y promociones. Entregar los pedidos en Santa Cruz. Entrega de pedido en puerto para su envío a las diferentes Islas. Realizar encuestas de satisfacción a los clientes.	Indefinido

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

En la tabla 37 se detalla el número de trabajadores de Tomato's Galápagos y un análisis breve de sus funciones dentro de la empresa.

## 2.3 Capacidad de producción

### 2.3.1 Capacidad de producción futura

Para proyectar la capacidad de producción futura se lo hará con la tasa de crecimiento del sector turístico, es decir, el 3,38%. La capacidad de producción está dada por el número de frascos que van a resultar de sembrar 1000 plantas. Cabe destacar que esta cantidad puede aumentar ya que se cuenta con terreno suficiente para poder sembrar más plantas. Lo importante de esta variedad de tomate, es que de la misma planta se puede cosechar 4 veces en el año, es decir esto se lo hará en los 4 trimestres del año. Garantizando así que no exista una sobreproducción de tomate.

Esto quiere decir que mi capacidad de producción anual es de 24000 frascos de pasta de tomate. Este valor cubre el 20% de la demanda insatisfecha del primer año. A este valor se lo multiplicará por la tasa de crecimiento del sector turístico de Galápagos que es 3,38% para la proyección futura.

Para poder proyectar la capacidad de producción futura se procederá a usar la fórmula  $C_n = C_0 (1+i)^n$ . (Abanfim, 2005)

**Tabla 38 Capacidad de producción futura**

AÑO	UNIDADES	% CRECIMIENTO TURISMO i	i+1	(i+1) <sup>n</sup>	CAPACIDAD FUTURA	
2.018	0	24.000	3,38%	103,38%	1	24.000
2.019	1				1,03	24.811
2.020	2				1,07	25.650
2.021	3				1,10	26.517
2.022	4				1,14	27.413
2.023	5				1,18	28.340

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la tabla 38, se indica el número de frascos a producir en el primer año, y la proyección de los siguientes 5 años.

Sin embargo, no se descarta la posibilidad de contratar personal que ayude en la producción de MASSANO dependiendo de la demanda.

## 2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

**Tabla 39** Materia Prima y Grado de Sustitución

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	GRADO DE SUSTITUCIÓN
<b>Tomate tipo San Marzano</b>	Tienen alta cantidad de nutrientes y son sustancias naturales que son beneficiosas para nuestra salud.	63% tomate riñón 37% tomate cherry
<b>Conservantes</b>	Son sustancias naturales y artificiales usadas para la preservación de los alimentos, y evitar su rápido deterioro.	20% Hojas de té verde. 40% Cebolla 40% Vinagre
<b>Aderezos</b>	Le brindan un sabor adicional al producto, o un mayor beneficio nutricional.	65% Romero 15% Pimienta negra 20% Ajo

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## 2.5 Calidad

### 2.5.1 Método de control de calidad

Dentro de los procesos de producción es importante el control de calidad ya que se garantiza que:

- No existan plagas en la plantación de tomate.
- El tomate sea de buena calidad.
- El sabor de las pastas sea el adecuado.
- El proceso de esterilización se cumpla de manera correcta
- Las normas de higiene estén siendo aplicadas.
- El etiquetado del producto sea el adecuado.
- La entrega de los pedidos se haga a tiempo.

Además de esto, asegurarse de que se ahorre tiempo, materiales y costos para llegar a niveles de calidad óptimos, para que la pasta de tomate MASSANO, que se elabora en las islas Galápagos con el tiempo llegue a ser reconocida a nivel nacional como una pasta de calidad por su sabor y libre de químicos que cumplan con las normas adecuadas que el MAG establece para la producción de productos elaborados dentro de las islas Galápagos.

A continuación, un Check List el cual servirá para tener un mejor control dentro de los procesos de la elaboración de la pasta de tomate, desde la siembra hasta la distribución.

**Tabla 40 Formato Check List**

N°	Listado de verificación	Verificación del cumplimiento	
		CUMPLE	NO CUMPLE
1	¿La cantidad de semillas es la correcta?		
2	¿Las plantas están sin plagas?		
3	¿El tiempo de cocción es el establecido?		
4	¿El tiempo de sellado al vacío es el establecido?		
5	¿Las etiquetas contienen los elementos necesarios?		
6	¿Se realiza la entrega de los pedidos dentro del tiempo establecido?		

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora.

## 2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación

### 2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Aplicar buenas prácticas higiénicas aplicando lo siguiente:

- Lavar las manos con agua tibia y jabón al momento de ingresar al área de producción.
- Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente con un gorro especial y sobre todo en mantener la ropa de trabajo limpia y utilizarla correctamente.

En cuanto a la seguridad:

- No usar anillos, relojes, cadenas, etc.
- No trabajar bajo efectos de bebidas alcohólicas.
- Usar la debida protección en la cabeza para evitar la caída de cabello dentro de la pasta de tomate.

## **CAPITULO III AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

### **3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos**

#### **Objetivo general**

Proponer en las Islas Galápagos un emprendimiento nuevo de un producto de consumo masivo, que promueva la generación de empleo local, y el mejoramiento de las condiciones de vida de los emprendedores. Brindando calidad, sabor agradable a un precio competitivo.

#### **Objetivos específicos**

- Determinar la factibilidad comercial de la idea del negocio propuesto mediante un estudio de mercado.
- Determinar los procesos de producción, estructura organizacional y marco legal del emprendimiento.
- Determinar la viabilidad financiera de la unidad de negocio propuesto.

#### **3.1.1 Visión de la empresa**

Llegar a ser en el año 2023 una empresa posicionada en la región insular que produzca y distribuya pasta de tomate tipo San Marzano que utilice procesos de calidad amigables con el medio ambiente y genere fuentes de trabajo a la población local contribuyendo en el desarrollo económico permanente de las islas.

#### **3.1.2 Misión de la empresa**

Somos una empresa que se dedica a la producción y distribución de pasta de tomate tipo San Marzano, que brinda satisfacción total al cliente con un producto de calidad que genera altas expectativas y cubre las necesidades del mercado de manera eficiente.



### 3.1.3 Análisis DAFO

**Tabla 41 Análisis DAFO Estrategias**

<b>Factores Internos</b>	<b>Fortalezas (F)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto orgánico.</li> <li>• Producto innovador.</li> <li>• Distribución rápida.</li> <li>• Ser residente permanente requisito fundamental para la creación de una empresa en Galápagos.</li> </ul>	<b>Debilidades (D)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca y producto poco conocido en el mercado.</li> <li>• Falta de experiencia en producción de pastas.</li> <li>• Inexistencia de reglamentos de productos orgánicos en la zona.</li> <li>• Pocos medios para difundir el producto.</li> </ul>
<b>Factores Externos</b>		
<b>Oportunidades (O)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Población clase media-alta</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Preferencia de productos locales</li> <li>• Producción alternativa frente a productos con preservantes.</li> </ul>	<b>FO</b> Aprovechar el poder de adquisición de la población para que puedan adquirir este producto innovador, dando un precio competitivo y realce a la producción local.	<b>DO</b> Contratar personal capacitado en la elaboración de productos derivados de tomate. Aprovechar que la población prefiere apoyar los productos locales.
<b>Amenazas (A)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios climáticos o estacionales.</li> <li>• Mercado inexplorado</li> <li>• Plagas en la producción.</li> <li>• Cambio en las políticas agropecuarias en Galápagos.</li> </ul>	<b>FA</b> Mantener permanente contacto con las autoridades agropecuarias de las islas para cumplir con las ordenanzas que impongan los entes reguladores.	<b>DA</b> Publicar constantemente en redes sociales sobre MASSANO, para dar a conocer el producto y ver cómo reacciona la población ante estas publicaciones.

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.2 Organización funcional de la empresa

#### 3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

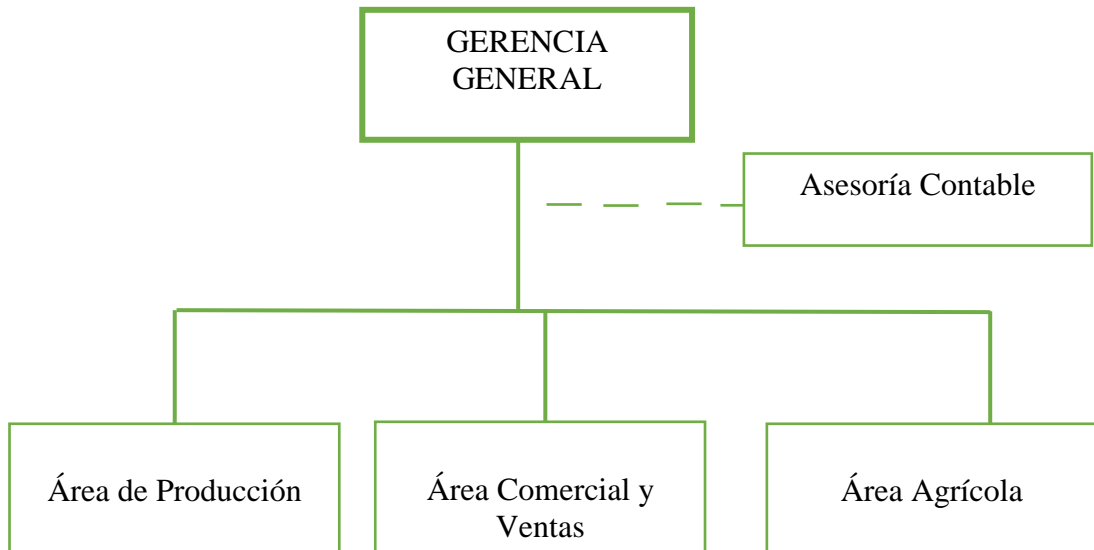


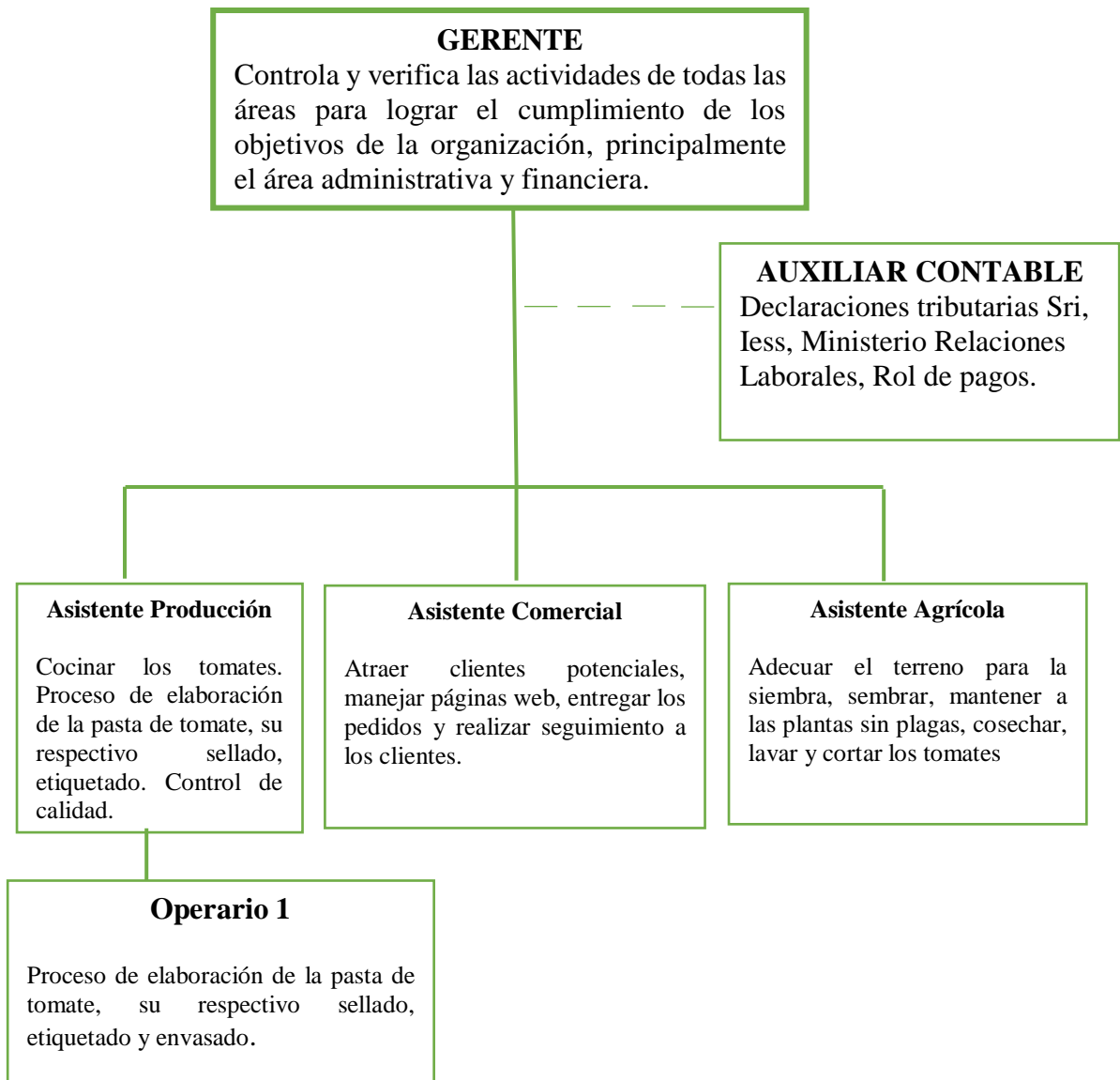
Figura 31 Organigrama estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

SIMBOLOGÍA	
	Gerencia
	Áreas.
	Auxiliar
	Canal de mando.





## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



**Figura 32 Organigrama Funcional**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

<b>SIMBOLOGÍA</b>	
	Gerencia
	Áreas.
	Auxiliar
	Canal de mando.

### 3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

**Tabla 42 Cargo Gerente**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Gerente
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Dirigir de forma adecuada el departamento técnico para conseguir satisfacer las necesidades del cliente cumpliendo con los planes de servicio acordados.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar estados financieros para toma de decisiones, con los respaldos necesarios (facturas), pagar las obligaciones tributarias y contabilidad.</li> <li>✓ Supervisión de cumplimiento de las funciones de las áreas.</li> <li>✓ Planificar la maximización de beneficios para la empresa.</li> <li>✓ Realizar los pagos cada mes al personal y a proveedores.</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Título de tercer nivel en Administrador de empresas, Negocios o Ingeniería comercial.
<b>EXPERIENCIA</b>	2 años en el área de gerencia de alguna empresa.
<b>HABILIDADES</b>	Toma de decisiones, impacto e influencia y dirección de personal.
<b>FORMACIÓN</b>	Administración de empresas, administración del talento humano.

Fuente: (Idalberto Chiavenato, 2007)

Elaborado por: La Autora

**Tabla 43 Cargo Asistente de ventas**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Asistente de Ventas
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Manejar la publicidad, promociones, pedidos y seguimiento a clientes.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Publicar en redes sociales las promociones del producto. Ingresar y distribuir los pedidos. Hacer seguimiento a los clientes.	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero Administración, Marketing o Negocios
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año de experiencia en cargos similares.
<b>HABILIDADES</b>	Ser proactivo, creativo y trabajar en equipo.
<b>FORMACIÓN</b>	Preparación en marketing y ventas.

Fuente: (Idalberto Chiavenato, 2007)

Elaborado por: La Autora

**Tabla 44 Asistente de Producción**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Asistente de Producción
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Operario 1
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Cocinar y elaborar la pasta de tomate, sellado, y empaquetado de la misma.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Preparar la pasta de tomate, esterilizar y sellar los frascos al vacío. Etiquetar y empaquetar el producto. Realizar el control de calidad	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero en Alimentos, químico o a fines.
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año de experiencia en procesamiento de alimentos o cargos a fines.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser ordenado</li> <li>✓ Trabajar bajo presión</li> <li>✓ Trabajar en equipo.</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	Cursos de control de calidad en proceso de alimentos.

Fuente: (Idalberto Chiavenato, 2007)

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 45 Cargo Operario 1**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Operario 1
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Asistente de Producción
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Elaborar la pasta de tomate, sellado, y empaquetado de la misma.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Preparar la pasta de tomate, esterilizar y sellar los frascos al vacío. Etiquetar y empaquetar el producto.	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Técnico.
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año de experiencia en procesamiento de alimentos o cargos a fines.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser ordenado</li> <li>✓ Trabajar bajo presión</li> <li>✓ Trabajar en equipo.</li> </ul>
<b>FORMACIÓN</b>	Uso de alimentos y sus derivados.

Fuente: (Idalberto Chiavenato, 2007)

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 46 Cargo Asistente Agricultor**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Asistente Agrícola
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe Administrativo
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Tener en buen estado las plantaciones para su posterior cosecha.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar la tierra</li> <li>• Cosechar</li> <li>• Cortar y lavar los tomates.</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero Agrónomo
<b>EXPERIENCIA</b>	2 años en puestos similares
<b>HABILIDADES</b>	Trabajo en equipo, toma de decisiones.
<b>FORMACIÓN</b>	✓ Agronomía, cuidado del suelo, producción limpia

**Fuente:** (Idalberto Chiavenato, 2007)

**Elaborado por:** La Autora

### 3.3 Control de gestión

**Tabla 47 Indicadores de Gestión**

TOMATO'S GALÁPAGOS INDICADORES											
N°	Áreas	Nombre del proceso	Cód.	Nombre	Descripción	Fórmula	Unidad de Medida	Frec.	Meta	Herramienta de control	Resp.
1	PRODUCCIÓN	Nivel de productividad	Pc1	Indicador de productividad	Productividad	ventas/recursos utilizados	Dólares	Mensual	Productividad total	Número de unidades producidas.	Asistente Producción
2	VENTAS	Nivel de efectividad de ventas	Vs1	Indicador de efectividad venta	Ventas efectivas	volumen vendido/volumen ventas planif. *100	Unidades	Mensual	Ventas totalmente efectivas	Facturas	Asistente de Ventas
3	VENTAS	Nivel satisfacción del cliente	VSs 2	Indicador de Satisfacción	Satisfacción de clientes	#clientes satisfechos/total clientes.	Personas	Mensual	Total, clientes satisfechos	Hoja de seguimiento clientes	Asistente de Ventas

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **3.4 Necesidades de personal**

Inicialmente la empresa Tomato's Galápagos empezará sus operaciones con 5 empleados, en un año se planea contratar un auxiliar para el área de producción, encargado de colaborar con el agricultor en actividades de siembra y cosecha, este auxiliar será contratado por horas. También se incrementará 1 operario más para el área de producción el que ayudará a agilizar el proceso de producción de la pasta de tomate MASSANO.



## **CAPITULO IV ÁREA JURÍDICO LEGAL**

### **4.1 Determinación de la forma jurídica**

Según (Superintendencia de Compañías, 2018), se toma como requisitos esenciales para conformar una empresa en la provincia de Galápagos los siguientes puntos:

- Tener la calificación de residente permanente otorgada por el Comité de Calificación y el Ingala. Que actualmente se lo conoce como Consejo de Gobierno.
- Porcentaje de inversión de 51% para el residente permanente y 49% para la inversionista extra-regional.

Para la constitución de la empresa “Tomato’s Galápagos” se consideraron los parámetros para la creación de una empresa de responsabilidad limitada, tomando en cuenta que ésta se contrae con el mínimo de tres personas, y pudiendo tener un número máximo de quince. Para poder inscribir este tipo de compañías se necesita un capital mínimo de \$400. (Superintendencia de compañías, 2005)

Las decisiones se las toma de manera igualitaria, según la conformación o el trato al que se llegue uno de los socios puede ser Gerente General. En el caso de Tomato’s Galápagos una de las socias Abigail Campoverde ejercerá el rol de Gerente General. Dentro de sus funciones estará asumir la representación legal de la compañía que incluirá: atender los asuntos legales que enfrente la empresa, contar con un RUC patronal, emitir cheques, pagar a los trabajadores todos los derechos laborales como la ley lo estipula como el Iess, entre otros.

## **Pasos para la creación de una compañía en las Islas Galápagos**

- Obtener el RUC para personas jurídicas en el Sri.
- Inscribir a la empresa como compañía limitada ingresando a la página de la superintendencia de compañías y seguros, en esta página estará un manual en el que se detalla paso a paso los requisitos para inscribir una compañía de responsabilidad limitada. Este proceso puede llevar 15 días.
- Una vez inscrita y aprobada la compañía de responsabilidad limitada se procede a la apertura de una cuenta bancaria en donde se depositará el monto de capital y tres escrituras de constitución realizadas en una notaría. La apertura de la cuenta se la realizará en el Banco del Pacífico con un monto de \$1.000. (Banco del Pacífico, s,f)

### **4.2 Patentes y marcas**

Según la ley aprobada en el gobierno de Jamil Mahuad el IEPI es el organismo responsable de administrar y registrar patentes en el Ecuador. (Propiedad intelectual, 1998).

El trámite para el registro de patentes en el Ecuador consta de los siguientes pasos:

Para registrar una patente se debe de presentar una solicitud al IEPI y el pago de la tasa de mantenimiento. Luego de presentar la solicitud el siguiente paso es la realización de un examen de forma que es para verificar que la información está clara y presentada adecuadamente.

A partir de la fecha de solicitud un plazo de 18 meses para la publicación, después de este tiempo se da a conocer si el pedido es aprobado o negado.

El proceso para patentar una marca en el Ecuador es de aproximadamente de 4 años, con una validez de hasta 20 años. Durante estos 20 años se deben pagar valores que cubran el mantenimiento de la patente. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, s,f)



#### 4.3 Detalle todo el tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

##### Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

a)	Inspección del departamento de Prevención de Incendios 2019.
b)	Copia del RUC.
c)	Copia de cédula de identidad del representante legal.
d)	Copia de permiso del Cuerpo de Bomberos año anterior.
e)	Ticket de asistencia a capacitación Cuerpo de Bomberos 2019.

**Fuente:** Cuerpo de Bomberos Santa Cruz

**Elaborado por:** La Autora

##### Requisitos para obtener la patente municipal para personas jurídicas por primera vez.

a)	Formulario de declaración de patente.
b)	Certificado de no adeudar al Municipio.
c)	RUC vigente.
d)	Copia a colores de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
e)	Copia del acta y copia de la resolución de constitución de la compañía.

f)	Copia del permiso de Cuerpo de Bomberos.
g)	Contrato de arriendo del local, en caso de no poseer local propio; los documentos que los faculte.

**Fuente:** Municipio de Santa Cruz

**Elaborado por:** La Autora

**Requisitos para obtener el Registro Sanitario (Establecimientos para la elaboración y conservación de frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos, raíces, semillas, oleaginosas y sus derivados).**

a)	Ingresar a la página web del control sanitario y registrar usuario y contraseña.
b)	Cuando esté registrado en el sistema, debe escoger el permiso de funcionamiento según el giro del negocio de la compañía.
c)	Llenar un formulario.
d)	Realizado el formulario, se procede a cancelar un valor en el Banco del Pacífico que va de acuerdo al giro de negocio seleccionado.
e)	Validado el pago, se procede a imprimir el permiso de funcionamiento y la factura.

**Fuente:** <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

**Elaborado por:** La Autora.

## CAPITULO V AREA

### FINANCIERA

#### 5.1 Plan de inversiones

En la tabla a continuación, se detallan claramente los valores necesarios para que la empresa Tomato's Galápagos entre en funcionamiento.

**Tabla 48 Plan de Inversión**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	<b>TERRENO</b>	<b>\$ 15.000,00</b>	<b>\$ 15.000,00</b>
	<b>INSTALACIONES</b>		<b>\$ 6.150,00</b>
1	Invernaderos	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
3	Paredes para cubículos oficina	\$ 50,00	\$ 150,00
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$ 1.490,00</b>
3	Escritorio	\$ 210,00	\$ 630,00
9	Sillas	\$ 40,00	\$ 360,00
4	Archivador	\$ 125,00	\$ 500,00
	<b>MAQUINA Y EQUIPO</b>		<b>\$ 2.362,00</b>
2	Cocineta de 4 quemadores	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Tanques plásticos	\$ 25,00	\$ 50,00
4	Ollas de presión	\$ 65,00	\$ 260,00
4	Ollas caseras	\$ 25,00	\$ 100,00
2	Licuada	\$ 36,00	\$ 72,00
4	Implementos para la siembra	\$ 230,00	\$ 920,00
4	Implementos para la cosecha	\$ 200,00	\$ 800,00
	<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>		<b>\$ 69,00</b>
3	Tablas de picar	\$ 11,00	\$ 33,00
3	Cuchillos	\$ 9,00	\$ 27,00

4	Paletas plásticas	\$ 2,25	\$ 9,00
<b>UTILES DE OFICINA</b>			<b>\$ 157,10</b>
2	Teléfonos	\$ 55,00	\$ 110,00
	Artículos y papelería de oficina	\$ 47,10	\$ 47,10
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>\$1.100,00</b>	<b>\$ 2.200,00</b>
2	Computadora	\$ 800,00	\$ 1.600,00
2	Impresora	\$ 300,00	\$ 600,00
1	<b>VEHICULO</b>	<b>\$ 27.000,00</b>	<b>\$ 27.000,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 29.988,39</b>	<b>\$ 19.778,87</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>\$ 2.000,00</b>
	Permisos de funcionamiento	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 76.206,97</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Análisis: La inversión inicial es de \$76.206.97

### Capital de trabajo

**Tabla 49 Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO				
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PROYECCION 3 MESES
<b>PERSONAL</b>			<b>\$ 2.479,07</b>	<b>\$ 9.203,87</b>
1	Gerente General	\$ 650,65	\$ 650,65	\$ 1.951,95
1	Jefe de Ventas	\$ 650,65	\$ 650,65	\$ 1.951,95
1	Asistente de Producción	\$ 650,65	\$ 650,65	\$ 1.951,95
1	Operario	\$ 588,89	\$ 588,89	\$ 1.766,66
1	Agricultor	\$ 527,12	\$ 527,12	\$ 1.581,36
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>				<b>\$ 240,00</b>
	Agua	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 105,00
	Luz	\$ 33,00	\$ 33,00	\$ 99,00
	Teléfono e Internet	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 36,00
<b>MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 2.871,00</b>
	Tomate	\$ 0,45	\$ 900,00	\$ 2.700,00
	Conservantes	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 135,00

	aderezos (orégano, albahaca)	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 36,00
	<b>COSTO INDIRECTO FABRICACION</b>			<b>\$ 7.464,00</b>
	Etiquetas	\$ 0,05	\$ 100,00	\$ 300,00
	Frascos de vidrio 500 gramos	\$ 0,90	\$ 648,00	\$ 1.944,00
	Frascos de vidrio 1 litro	\$ 1,35	\$ 1.728,00	\$ 5.184,00
	semillas	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 36,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$19.778,87</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Análisis: El capital de trabajo necesario para 3 meses es de \$19.778,87.

## Plan de inversión

**Tabla 50 Plan de Inversión**

<b>PLAN DE INVERSIÓN</b>	
Activos Intangibles	\$2.000,00
Activos Fijos	\$54.428,10
Capital de trabajo	\$19.778,87
<b>TOTAL</b>	<b>\$76.206,97</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Análisis: La inversión inicial incluido el capital de trabajo será de \$76.206,97.

## 5.2 Plan de financiamiento

### a) Forma de financiamiento

El financiamiento estará dado por el dinero los activos como son vehículo, terreno y un porcentaje de dinero en efectivo sin necesidad de adquirir un préstamo financiero.

**Tabla 51 Forma de Financiamiento**

Descripción	TOTAL, USD	PARCIAL	TOTAL
<b>Recursos Propios</b>		100%	100%
Bienes	\$ 42.000,00	55%	55%
Efectivo	\$ 34.206,97	45%	45%
<b>Recursos de Terceros</b>			
Préstamos Privada	-	-	-
Préstamos Bancarios	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$76.206,97</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 5.3 Cálculo de costos y gastos

#### a) Detalle de costos

En la siguiente tabla estarán detallados los costos que serán necesarios para la elaboración de la pasta de tomate MASSANO; materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y servicios básicos.

**Tabla 52 Detalle de Costos**

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 1.103,10</b>	<b>\$13.237,20</b>
tomate	kilos	2.000	\$ 0,45	\$ 900,00	\$10.800,00
Conservantes	kilos	4	\$ 45,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Albahaca	Kilogramos	2	\$ 3,15	\$ 6,30	\$ 75,60
Orégano	Kilogramos	2	\$ 2,60	\$ 5,20	\$ 62,40
Ajo	kilos	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Azúcar	kilos	2	\$ 2,80	\$ 5,60	\$ 67,20
			\$ 57,00	\$ 0,55	\$ 6,62



<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>\$ 1.239,54</b>	<b>\$14.874,46</b>
Asistente Producción	Persona	1	\$ 650,65	\$ 650,65	\$ 7.807,84
Operario 2	Persona	1	\$ 588,89	\$ 588,89	\$ 7.066,62
<b>COSTO INDIRECTO FABRICACION</b>				<b>\$ 2.488,00</b>	<b>\$29.856,00</b>
Etiquetas	unidades	2.000	\$ 0,05	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Frascos de vidrio 500 gramos	Unidades	720	\$ 0,90	\$ 648,00	\$ 7.776,00
Frascos de vidrio 1 litro		1.280	\$ 1,35	\$ 1.728,00	\$20.736,00
semillas	fundas	3	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>SERVICIO BÁSICOS 70%</b>				<b>\$ 56,00</b>	<b>\$ 672,00</b>
Agua	M <sup>3</sup>	-		\$ 29,00	\$ 348,00
Luz	Kilovatio	-		\$ 27,00	\$ 324,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4.886,64</b>	<b>\$58.639,66</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Análisis: En la tabla anterior están detallados los costos mensuales de \$4.886,64 y los costos anuales de \$58.639,66.

#### **b) Proyección de costos**

Seguido, se detallan los costos proyectados anualmente.

**Tabla 53 Proyección de Costos**

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES	COSTOS		TOTAL, AÑO 1	COSTOS		TOTAL, AÑO 2
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
Materia Prima	\$ 1.103,10		\$13.237,20	\$ 13.237,20		\$ 13.844,84	\$ 13.844,84
Mano de Obra	\$ 1.239,54	\$14.874,46		\$ 14.874,46	\$15.274,58		\$ 15.274,58
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.488,00		\$29.856,00	\$ 29.856,00		\$31.374,41	\$31374,41
Servicios Básicos	\$ 56,00		\$ 672,00	\$ 672,00		\$ 681,90	\$ 681,90
<b>TOTAL</b>		<b>\$14.874,46</b>	<b>\$43.765,20</b>	<b>\$58.639,66</b>	<b>\$15.274,58</b>	<b>\$45.901,15</b>	<b>\$61.175,73</b>

COSTOS		TOTAL, AÑO 3	COSTOS		TOTAL, AÑO 4	COSTOS		TOTAL, AÑO 5
FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
	\$ 14.548,96	\$ 14.548,96		\$ 15.286,26	\$ 15.286,26		\$ 16.060,83	\$ 16.060,83
\$15.685,47		\$ 15.685,47	\$16.107,41		\$ 16.107,41	\$16.540,70		\$ 16.540,70
	\$ 32.970,04	\$ 32.970,04		\$ 34.646,82	\$ 34.646,82		\$ 36.408,88	\$ 36.408,88
	\$ 693,15	\$ 693,15		\$ 704,59	\$ 704,59		\$ 716,21	\$ 716,21
<b>\$15.685,47</b>	<b>\$48.212,15</b>	<b>\$63.897,62</b>	<b>\$16.107,41</b>	<b>\$50.637,67</b>	<b>\$66.745,08</b>	<b>\$16.540,70</b>	<b>\$53.185,92</b>	<b>\$69.726,62</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Análisis: La proyección de los costos se realizó con el incremento en la cantidad del 3.38% representando al crecimiento del sector, y los valores monetarios la inflación de 1.65%. Exceptuando por la mano de obra, que se proyectó con la tasa de crecimiento de los últimos tres años del salario básico unificado 2.69%.

**c) Detalle de gastos**

**Tabla 54 Detalle de Gastos**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD REQUERIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
ÚTILES DE OFICINA				\$ 3,93	\$ 47,10
Facturero	300 facturas	1 al año	\$ 20,00		\$ 20,00
Caja de esferos	Caja	3 al año	\$ 1,00		\$ 3,00
Resma papel bond	Unidad	4 al año	\$ 3,00		\$ 12,00
Grapas	Caja	3 al año	\$ 1,50		\$ 4,50

Grapadora	Unidad	2 al año	\$ 2,00		\$ 4,00
Perforadora	Unidad	2 al año	\$ 1,80		\$ 3,60
<b>ÚTILES DE ASEO</b>				<b>\$ 7,37</b>	<b>\$ 88,38</b>
Tachos de basura	Unidad	4 al año	\$ 4,50		\$ 18,00
Pala	Unidad	3 al año	\$ 1,75		\$ 5,25
Trapeador	Unidad	3 al año	\$ 3,55		\$ 10,65
Cloro	Unidad	6 al año	\$ 2,68		\$ 16,08
Fundas de basura	Unidad	12 al año	\$ 1,75		\$ 21,00
Desinfectante	Unidad	6 al año	\$ 2,90		\$ 17,40
<b>PRENDAS DE PROTECCIÓN</b>				<b>\$ 4,07</b>	<b>\$ 48,85</b>
Mandil	Unidad	2	\$ 10,00		\$ 20,00
Linchas para cabello	Unidad	4	\$ 1,10		\$ 4,40
Guantes	Unidad	3 cajas al año	\$ 7,00		\$ 21,00
Mascarillas	Unidad	3 cajas al año	\$ 1,15		\$ 3,45
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>				<b>\$ 24,00</b>	<b>\$ 288,00</b>
Agua	M <sup>3</sup>			\$ 6,00	\$ 72,00
Internet y teléfono	Megas			\$ 12,00	\$ 144,00
Luz	Kilovatio			\$ 6,00	\$ 72,00
<b>DEPRECIACIONES</b>				<b>\$ 319,51</b>	<b>\$ 3834,17</b>
Maquinaria y equipos					\$ 236,20
Eq. Oficina					\$ 15,71
Vehículo					\$ 2.700,00
Eq. Computación					\$ 733,26
Muebles y enseres					\$ 149,00
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>				<b>\$ 1.527,80</b>	<b>\$18.333,60</b>
Gerente General	Persona			\$ 650,65	\$ 12.008,16
Asistente Agrícola	Persona			\$ 527,12	\$ 6.325,44
<b>TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>\$ 1.628,79</b>	<b>\$22.640,10</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>				<b>\$ 692,32</b>	<b>\$ 8.307,80</b>
Publicidad	Unidad			\$ 41,67	\$ 500,00
Asistente de ventas	Persona			\$ 650,65	\$ 7.807,80
<b>TOTAL, GASTOS</b>				<b>\$ 2.578,99</b>	<b>\$30.947,90</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la tabla 55 se detallan los gastos mensuales de \$2.578,99 y anuales de \$30.947,90

d) Proyección de gastos

**Tabla 55 Proyección de Gastos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos Administrativos</b>	\$22.640,10	\$23.013,66	\$23.393,39	\$23.779,38	\$24.171,74
<b>Gastos de Ventas</b>	\$ 8.307,80	\$ 8.444,88	\$ 8.584,22	\$ 8.725,86	\$ 8.869,84
<b>TOTAL, GASTOS</b>	<b>\$30.947,90</b>	<b>\$31.458,54</b>	<b>\$31.977,61</b>	<b>\$32.936,93</b>	<b>\$33.925,04</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Análisis: La proyección de gastos se la realiza con el porcentaje de inflación.

**Mano de obra**

**Tabla 56 Rol de Pagos**

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Abigail Campoverde	Gerente General	\$500,00		\$ 500,00	\$ -	\$47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
2	Luis Alcivar	Jefe de Ventas	\$500,00		\$ 500,00	\$ -	\$47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
3	Juan Escandón	Asistente Producción	\$500,00		\$ 500,00	\$ -	\$47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
4	Jenifer Sanchez	Operario 1	\$450,00		\$ 450,00	\$ -	\$42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
5	Carlos Anchundia	Agricultor	\$400,00		\$ 400,00	\$ -	\$37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
<b>TOTALES</b>									<b>2.127,93</b>

**Tabla 57 Rol de Pagos y Provisiones**

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL, PROVISIONES	COSTO MO
1	Abigail Campoverde	\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$33,00	\$41,65	\$20,83	\$ 197,90	\$650,65
2	Luis Alcívar	\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$33,00	\$41,65	\$20,83	\$ 197,90	\$650,65
3	Juan Escandón	\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$33,00	\$41,65	\$20,83	\$ 197,90	\$650,65
4	Jenifer Sánchez	\$50,18	\$2,25	\$2,25	\$37,50	\$33,00	\$37,49	\$18,75	\$ 181,41	\$588,89
5	Carlos Anchundia	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,00	\$33,32	\$16,67	\$ 164,92	\$527,12
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>							<b>COSTO MENSUAL MO</b>	<b>\$3.067,96</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la anterior tabla se detalla el costo de mano de obra mensual que es de \$3.067,96.

### Depreciación

A continuación, se detalla la tabla de depreciación de todos los activos fijos.

**Tabla 58 Depreciación**

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipos	10	\$ 2.362,00	10%	\$ 236,20
Vehículo	5	\$ 27.000,00	10%	\$ 2.700,00
Muebles y Enseres	10	\$ 1.490,00	10%	\$ 149,00
Equipo de Computación	3	\$ 2.200,00	33,33%	\$ 733,26
Equipo de Oficina	10	\$ 157,10	10%	\$ 15,71
<b>T O T A L</b>		<b>\$33.209,10</b>		<b>\$ 3.834,17</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Análisis: La depreciación anual es de \$3.834,17.

### Proyección de depreciación

**Tabla 59 Proyección de Depreciación**

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipos	\$236,20	\$236,20	\$236,20	\$236,20	\$236,20
Vehículo	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00
Muebles y Enseres	\$149,00	\$149,00	\$149,00	\$149,00	\$149,00
Equipo de Computación	\$733,26	\$733,26	\$733,26		
Equipo de Oficina	\$15,71	\$15,71	\$15,71	\$15,71	\$15,71
<b>T O T A L</b>	<b>\$3.834,17</b>	<b>\$ 3.834,17</b>	<b>\$3.834,17</b>	<b>\$3.100,91</b>	<b>\$3.100,91</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Análisis: La depreciación anual del primer año \$3.834,17 y en el año 5 disminuye a \$3.100,91.

## 5.4 Cálculo de ingresos

Para calcular los ingresos mensuales se procedió inicialmente a calcular la cantidad de frascos a producir según su presentación (500 gramos y 1 litro). Luego se procedió a calcular el precio de venta al público, este valor se obtuvo luego de aplicar la siguiente fórmula.

$$PVP = CVU + CFU + (\%utilidad \text{ que se quiere ganar}(CVU * CFU))$$

Se aplico la fórmula para frascos de 500 gr y 1 litro.

$$PVP \text{ 500gr} = 1,88 + 1,29 + (50\%(1,88 * 1,29))$$

$$PVP \text{ 500 gr} = \$4,76$$

$$PVP \text{ 1 litro} = 2,70 + 1,29 + (110\%(2,70 * 1,29))$$

$$PVP \text{ 500 gr} = \$8,38$$

**Tabla 60 Ingresos**

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	GASTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	P.V. U
			\$	%			
Fracos 500 gr.	Fracos	\$ 2.188,80	\$1.238,40	50%	\$ 3.427,20	720,00	\$4,76
Fracos 1 lt	Frasco	\$ 4.940,80	\$5.785,60	110%	\$10.726,40	1280,00	\$8,38
<b>TOTALES</b>		<b>\$7.129,60</b>	<b>\$7024,00</b>	<b>160,00%</b>	<b>\$14.153,60</b>	<b>2.000</b>	<b>13,14</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Proyección de ingresos

**Tabla 61 Proyección de Ingresos**

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL, AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL, AÑO 2
1 LITRO	15.360	\$ 8,38	\$ 131.174,40	15.879	\$ 8,38	\$ 135.608,09
500 gramos	8.640	\$ 4,76	\$ 42.249,60	8.932	\$ 4,76	\$ 43.677,64
<b>TOTAL</b>	<b>24.000</b>	<b>\$ 13,43</b>	<b>\$169.784,64</b>	<b>24.811</b>	<b>\$ 13,43</b>	<b>\$ 175.523,36</b>

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL, AÑO 3	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL, AÑO 4
1 LITRO	16.416	\$ 8,38	\$ 140.191,65	16.971	\$ 8,38	\$ 144.930,13
500 gramos	9.234	\$ 4,76	\$ 45.153,94	9.546	\$ 4,76	\$ 46.680,14
<b>TOTAL</b>	<b>25.650</b>	<b>\$ 13,43</b>	<b>\$181.456,05</b>	<b>26.517</b>	<b>\$ 13,43</b>	<b>\$ 187.589,26</b>

Productos	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL, AÑO 5
1 LITRO	17.544	\$ 8,38	\$ 149.828,76
500 gramos	9.869	\$ 4,76	\$ 48.257,93
<b>TOTAL</b>	<b>27.413</b>	<b>\$ 13,43</b>	<b>\$193.929,78</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Análisis: La proyección de los ingresos se realizó con un incremento en la cantidad del 3,38% correspondiente al sector turístico de Galápagos. Dando como resultado ingresos en el primer año de \$169.784,64, llegando al año 5 con ingresos de \$193.929,78.

## 5.5 Flujo de caja

Tabla 62 Flujo de Caja Proyectado

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A.</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ -	\$169.784,64	\$175.523,36	\$ 181.456,05	\$ 187.589,26	\$ 193.929,78
	Recuperación por ventas	\$ -	\$169.784,64	\$175.523,36	\$ 181.456,05	\$ 187.589,26	\$ 193.929,78
<b>B.</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ -	\$89.853,50	\$ 93.515,05	\$ 97.636,81	\$ 101.666,94	\$ 105.986,19
	Pago a proveedores		\$13.237,20	\$ 13.844,84	\$ 14.548,96	\$ 15.286,26	\$ 16.060,83
	Mano de obra directa		\$15.812,40	\$ 6.837,26	\$ 18.140,21	\$ 19.228,62	\$ 20.474,91
	Gastos de ventas		\$ 8.307,80	\$ 8.444,88	\$ 8.584,22	\$ 8.725,86	\$ 8.869,84
	Gastos de administración		\$22.640,10	\$ 23.013,66	\$ 23.393,39	\$ 23.779,38	\$ 24.171,74
	Costos indirectos de fabricación		\$29.856,00	\$ 31.374,41	\$ 32.970,04	\$ 34.646,82	\$ 36.408,88
<b>C.</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	\$ -	\$ 79.931,14	\$ 82.008,31	\$ 83.819,24	\$ 85.922,33	\$ 87.943,60
<b>D.</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>E.</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ -	\$ 32.862,15	\$ 33.836,83	\$ 34.811,39	\$ 35.076,71	\$ 36.098,65
	Pago de utilidades		\$ 12.011,58	\$ 12.414,89	\$ 12.818,16	\$ 13.231,37	\$ 13.654,24
	Pago de impuestos		\$ 17.016,40	\$ 17.587,77	\$ 18.159,06	\$ 18.744,44	\$ 19.343,50
	Depreciaciones		\$ 3.834,17	\$ 3.834,17	\$ 3.834,17	\$ 3.100,91	\$ 3.100,91

F.	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	-					
		76.206,97	\$ 32.862,15	\$ 33.836,83	\$ 34.811,39	\$ 35.076,71	\$ 36.098,65
G.	<b>FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	-					
		76.206,97	\$ 47.068,99	\$ 48.171,48	\$ 49.007,85	\$ 50.845,61	\$ 51.844,94

Análisis: En la tabla anterior se proyectaron los flujos obteniendo en el año 1 un flujo de \$47.068,99 llegando al año 5 con un valor de \$51.844,94

### 5.6 Punto de equilibrio

En este punto se detalla el número de frascos necesarios que se deben producir para estar en un punto ni de pérdida ni de ganancia.

**Tabla 63 Punto de Equilibrio**

PRODUCTOS	500 GRAMOS	1 LITRO	TOTAL
<b>UNIDADES POR VENDER</b>	8640	15360	24000
<b>% PARTICIPACIÓN</b>	36%	64%	
<b>PVU</b>	4,76	8,38	
<b>CVU</b>	1,88	2,7	
<b>COSTO FIJO</b>	30.947,90		
<b>MCONTRIBUCIÓN</b>	3,016	6,18	
<b>MC PONDERADO</b>	1,09	3,96	5,04096
<b>PEQ GENERAL</b>	6624		
<b>PEQ PRODUCTO</b>	2385	4239	
<b>PEQ EN DÓLARES</b>	\$46885,91		

Análisis: Se necesitan producir 2.385 frascos de 500 gramos y 4.239 de 1 litro para mantener un punto de equilibrio.



## 5.7 Estado de resultados proyectado

**Tabla 64 Estado de Resultados**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$ 169.784,64	\$175.523,36	\$181.456,05	\$187.589,26	\$193.929,78
(-) Costo de Ventas	\$ 58.639,66	\$ 61.175,73	\$ 63.897,62	\$ 66.745,08	\$69.726,62
(=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 111.144,98	\$114.347,63	\$117.558,44	\$120.844,19	\$124.203,16
(-) Gastos de venta	\$ 8.307,80	\$ 8.444,88	\$ 8.584,22	\$ 8.725,86	\$ 8.869,84
(=) <b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	\$ 102.837,18	\$105.902,75	\$108.974,22	\$112.118,33	\$115.333,33
(-) Gastos Administrativos	\$ 22.640,10	\$ 23.013,66	\$ 23.393,39	\$23.779,38	\$24.171,74
(=) <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 80.197,08	\$ 82.889,09	\$ 85.580,83	\$88.338,95	\$91.161,59
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	\$ 80.077,18	\$ 82.765,96	\$ 85.454,39	\$88.209,11	\$91.028,26
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 12.011,58	\$ 12.414,89	\$ 12.818,16	\$13.231,37	\$13.654,24
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 68.065,60	\$ 70.351,07	\$ 72.636,23	\$74.977,75	\$77.374,02
(-) Impuesto a la renta 25%	\$ 17.016,40	\$ 17.587,77	\$ 18.159,06	\$18.744,44	\$19.343,50
(=) <b>UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	\$ 51.049,20	\$ 52.763,30	\$ 54.477,17	\$56.233,31	\$58.030,51

Análisis: Tomato's Galápagos presenta utilidades desde el primer año, lo que significa que es un proyecto rentable.

## 5.8 Evaluación financiera

### a) Indicadores

#### a.1) Valor Actual Neto

Concepto	Datos
Inversión total	-76.206,97
fn1	47.068,99
fn2	48.171,48
fn3	49.007,85
fn4	50.845,61
fn5	51.844,94
inflación (in)	1,65%
tipo de riesgo (f)	10,00%
vida del proyecto	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**TMAR (i) = 11,82%**

El TMAR, se determinó según la fórmula aplicada por Baca Urbina (Baca Urbina, 2013) la cual consiste en:

$$TMAR = (Inflación\ promedio + Riesgo) + (Inflación\ promedio * Riesgo)$$

$$TMAR = (0.0165 + 0.1) + (0.0165 * 0.1)$$

$$TMAR = 11,82\%$$

### a.2) Valor Actual Neto

**Tabla 65 Valor actual Neto**

No.	INVERSION	TMAR	1+TMAR	(1+TMAR) <sup>t</sup>	fn
					(1+TMAR) <sup>t</sup>
0	-76.206,97	0,1182	1,12	1,00	76.206,97
1	47068,99			1,12	42.093,54
2	48171,48			1,25	38.525,74
3	49007,85			1,40	35.051,55
4	50845,61			1,56	32.521,87
5	51844,94			1,75	29.655,75
<b>VAN=</b>					<b>101.641,49</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**VAN = \$101.641,49**

Análisis: Con una inversión de \$76.206,97 en el proyecto se obtiene un valor actual neto de \$101.641,49, se obtiene de luego de medir los flujos y descontarlos de la inversión inicial. Como se obtuvo un valor positivo el proyecto es rentable.

### a.3) Tasa Interna de Retorno

AÑO	INVERSIÓN	Fn	TIR	1+TMAR	(1+TMAR) <sup>t</sup>	Fn
						(1+TMAR) <sup>t</sup>
0	-76.206,97	-76.206,97	56,70%	1,567	1	-76206,965
1	47068,99	47068,99			1,567	30037,6466
2	48171,48	48171,48			2,455489	19617,8749
3	49007,85	49007,85			3,847751263	12736,7521
4	50845,61	50845,61			6,029426229	8432,91072
5	51844,94	51844,94			9,448110901	5487,3343
<b>VAN=</b>						<b>105,55</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**TIR = 56,70%**

-76.206,97	47068,99	48171,48	49007,85	50845,61	51844,94
<b>TIR</b>	56,70%				

Análisis: Se evidencia que el TIR es mayor que el TMAR, lo que significa que el proyecto es rentable, el TIR transforma la rentabilidad de la empresa en un porcentaje que se puede comparar, llegando a aproximar el VAN a un valor cercano a cero.

#### a.4) Beneficio – Costo

$$R \frac{b}{c} = \sum \frac{FNE/(1+i)^n}{I_0}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{177.870,93}{70.206,97} = 2,33$$

Análisis: La relación beneficio-costos es de 2,33 veces mayor a la inversión inicial, es decir que, por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$1,33.

#### a.5) Periodo de recuperación

**Tabla 66 Periodo de recuperación**

PERIODO DE RECUPERACIÓN			
Año 1	\$-76.206,97	\$ 47.068,99	\$ -29.137,97
Año 2	\$-29.137,97	\$ 48.171,48	\$ 19.033,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El dinero invertido se lo recuperará en el segundo año.

#### b) Razones

##### b.1) Rentabilidad

$$\frac{UTILIDAD BRUTA - COSTOS DE VENTAS}{VENTAS}$$

$$= \frac{\$55.505,32}{\$169.784,64}$$

$$= 31$$

Análisis: Se determina que se obtendrá una utilidad del 31% el primer año.

## CONCLUSIONES

- Se concluye con el estudio de mercado realizado que existe una demanda potencial insatisfecha del producto, esto quiere decir que MASSANO tiene posibilidades de introducirse en el mercado, y según los resultados obtenidos de la encuesta con una aceptación del 89,69%.
- El proceso de producción de la pasta de tomate MASSANO cumple con normas de calidad y procesos amigables con el medio ambiente, dentro de la planta de producción se cumplen con normas de salud y seguridad apropiadas.
- La estructura organizacional de la empresa está bien estructurada, con el personal adecuado y funciones detalladas de cada uno de los cargos descritos en el organigrama funcional.
- El marco legal de la empresa da un aporte significativo para que la empresa pueda funcionar dentro de la provincia de Galápagos, esto dicho, ya que existen ordenanzas impuestas por la Agencia de Bioseguridad y Cuarentena de Galápagos que son necesarias y de carácter obligatorio.
- Gracias a la ayuda del análisis financiero del quinto capítulo, se logra demostrar la viabilidad del presente proyecto, demostrando así una utilidad del 31%.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda según los datos obtenidos de la demanda potencial insatisfecha, con los años aumentar la capacidad de producción y así cubrir un mayor porcentaje de mercado.
- De acuerdo al análisis de los flujogramas realizados en el segundo capítulo se recomienda agilizar los procesos, es decir, reduciendo tiempo de actividades que pueden llegar a ser repetitivas.
- Según el análisis de la capacidad de producción futura que se realizó en el segundo capítulo se recomienda incrementar el número de operarios y personal que este encargado del proceso de siembra y cosecha de las plantas.
- Continuar informándose de las nuevas ordenanzas que rigen a través del tiempo, mismas que son impuestas por las entidades regulatorias como son el Consejo de Gobierno y el ABG.
- Luego de analizar el capítulo financiero se recomienda tener en cuenta la depreciación de los activos fijos, de igual manera actualizar periódicamente los costos según variaciones de los precios del mercado.

## Bibliografía

- Abanfim. (2005). *Abanfim.com*. Fonte: <https://www.abanfin.com/?tit=guia-de-matematica-financiera-capitalizacion-a-interes-simple&name=Manuales&fid=eg0bcac>
- ABG. (2013). Fonte: <http://bioseguridadgalapagos.gob.ec/lista-de-productos/>
- Armstrong, K. &. (2012). Pearson.
- Baca Urbina. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw.
- Banco del Pacífico. (s,f). Fonte: <https://www.bancodelpacifico.com/empresas/cuentas-y-tarjetas/cuentas-corrientes/cuenta-corriente-empresas>
- Cantudo, C. (s.d.). *Mia revista* . Acesso em 16 de Julio de 2018, disponível em <https://www.miarevista.es/salud/articulo/tomates-secos-guia-de-uso-121507289861>
- Cespedes, A. (10 de mayo de 2017). *Muy fitness*. Fonte: [https://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info\\_8573/](https://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info_8573/)
- Comercio, E. (12 de marzo de 2011). *El comercio*. Fonte: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ocho-variedades-de-tomate-rinon.html>
- Consejo de Gobierno de Galápagos*. (2017). Fonte: <http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/>
- Ekos. (febrero de 2018). *Ekos*. Fonte: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10183>
- Esan. (30 de marzo de 2017). *Conexionesan*. Fonte: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-importancia-de-contar-con-una-estrategia-de-producto/>
- Frutas Eladio. (2015). Tomate San Marzano. *Frutas Eladio*.
- Great italian food trade. (19 de Noviembre de 2014). *Great italian food trade*. Fonte: <https://www.greatitalianfoodtrade.it/es/tomates-italianos/tomates-san-marzan>
- HORTAMAR. (2018). Fonte: [www.hortamar.es/producto/tomate-pera/](http://www.hortamar.es/producto/tomate-pera/)
- Idalberto Chiavenato. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Fonte: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf>
- Iker Morán. (11 de Marzo de 2015). *La Gulateca*. Fonte: <https://blogs.20minutos.es/la-gulateca/2015/03/11/el-tomate-fruta-o-verdura/>
- Inec. (10 de Noviembre de 2016). *Inec*. Fonte: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/galapagos-tiene-25-244-habitantes-segun-censo-2015/>
- Javier Cebollada, & Marta Arce. (2011). *ScienceDirect*. Fonte: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000156#!>
- Kotler, & Armstrong. (2012). Marketing. Pearson.
- Lidia Penelo. (24 de octubre de 2018). *La vanguardia*. Fonte: <https://www.lavanguardia.com/comer/frutas/20181024/452518270095/alimentos-frutas-tomates-beneficios-propiedades-valor-nutricional.html>
- Luis Rodriguez. (9 de mayo de 2018). *Marketing Web Consulting*. Fonte:

- <https://www.marketingwebmadrid.es/que-es-el-material-pop-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Parque Nacional Galápagos*. (s.d.). Fonte:  
<http://www.galapagos.gob.ec/administracion-de-la-operacion-turistica/>
- Parque Nacional Galápagos. (2017). *Informe anual*. Fonte:  
[http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/informe\\_visitantes\\_anual\\_2017.pdf](http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/informe_visitantes_anual_2017.pdf)
- Porter, M. (1980). *CompetitiveStrategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. México: editorial continental.
- Porter, M. E. (1980). *CompetitiveStrategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.
- Propiedad intelectual*. (1998). Fonte:  
[https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento\\_ley\\_propiedad\\_intelectual.pdf](https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf)
- Roberto Dvoskin . (2004).
- Rony Tank. (06 de junio de 2012). *El muro vegetal*. Fonte:  
<http://elmurovegetal.blogspot.com/2012/06/tomates-san-marzano.html>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. (s.d.). Fonte:  
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (s,f). Fonte:  
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- Spark, W., & Weather Spark. (2018). Fonte:  
<https://es.weatherspark.com/y/11615/Clima-promedio-en-Puerto-Ayora-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Superintendencia de Compañías. (18 de junio de 2018). *Superintendencia de Compañías*. Fonte:  
[https://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons\\_elec/MANUAL\\_USUARIO\\_CONSTITUCION\\_ELECTRONICA\\_USUARIO.pdf](https://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf)
- Weather Spark. (2018). Fonte: <https://es.weatherspark.com/y/11615/Clima-promedio-en-Puerto-Ayora-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>



## Fuente

<https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>  
<https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>  
<https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf>  
<http://bioseguridadgalapagos.gob.ec/lista-de-productos/>  
<http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/>  
<http://www.galapagos.gob.ec/administracion-de-la-operacion-turistica/>  
[www.hortamar.es/producto/tomate-pera/](http://www.hortamar.es/producto/tomate-pera/)  
<https://es.weatherspark.com/y/11615/Clima-promedio-en-Puerto-Ayora-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>  
<https://www.bancodelpacifico.com/empresas/cuentas-y-tarjetas/cuentas-corrientes/cuenta-corriente-empresas>  
<https://www.greatitalianfoodtrade.it/es/tomates-italianos/tomates-san-marzan>  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-importancia-de-contar-con-una-estrategia-de-producto/>  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/galapagos-tiene-25-244-habitantes-segun-censo-2015/>  
[http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/informe\\_visitantes\\_anual\\_2017.pdf](http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/informe_visitantes_anual_2017.pdf)  
<https://www.marketingwebmadrid.es/que-es-el-material-pop-y-cuales-son-sus-beneficios/>  
<https://www.marketingwebmadrid.es/que-es-el-material-pop-y-cuales-son-sus-beneficios/>  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ocho-variedades-de-tomate-rinon.html>  
[https://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info\\_8573/](https://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info_8573/)  
<https://blogs.20minutos.es/la-gulateca/2015/03/11/el-tomate-fruta-o-verdura/>

## ANEXOS



**Encuesta con fines académicos para realización de plan de negocios para la producción y comercialización de pasta de tomate San Marzano en la ciudad de puerto ayora, provincia de Galápagos de la carrera de Administración de Empresas y Negocios.**

**Objetivo:** Medir el grado de aceptación de la pasta de tomate tipo San Marzano en las Islas Galápagos.

- Restaurante
- Barco

**1. ¿Adquiere usted pasta de tomate para la elaboración de alimentos dentro de su empresa?**

- Si
- No

**2. ¿En qué lugar adquiere pasta de tomate?**

- En las islas.
- En el continente

**3. ¿En qué tipo de negocio realiza usted la compra de pasta de tomate?**

- Mini Market
- Bodegas
- Tiendas del barrio
- Distribuidor.

**4. ¿Qué tipo de presentación de pasta de tomate compra usted?**

- 200 gramos
- 400 gramos
- 500 gramos
- Otro (especifique)

**5. ¿Cuántos frascos de pasta de tomate consume en la semana?**

- 1 a 5.
- 6 a 10.
- 11 a 15.
- 16 a 20.
- 21 a más.

6. **¿Qué factores considera usted al momento de comprar pasta de tomate?**
- Calidad
  - Precio
  - Marca
  - Sabor
  - Otro (especifique)
7. **De acuerdo con la variedad de marcas de pasta de tomate, marque del 1 al 4, siendo el 1 el de mayor preferencia.**

MAGGI

LOS ANDES

GUSTADINA

FACUNDO

8. **¿Ha escuchado usted acerca del tomate tipo San Marzano?**
- Si
  - No

**Nota:** Las características del tomate Tipo San Marzano; tiene un sabor más dulce que el tomate riñón lo cual hace agradable para la elaboración de pastas y salsas y tiene también mayor cantidad de licopeno que los demás tomates.

9. **¿Tomando en cuenta las características de tomate tipo San Marzano le gustaría adquirir esta pasta de tomate?**

- Si.
- No.

10. **¿Qué tipos de presentaciones le gustaría adquirir de este tipo de pasta de tomate?**

- 500 gramos
- 1 litro
- Otro (especifique)

11. **¿Qué tipo de aderezo le gustaría añadir en la pasta de tomate? Puede escoger más de una respuesta.**

- Orégano
- Pimienta
- Albahaca
- Otros (especifique)
- Ninguno

12. **¿Por qué medio le gustaría conocer acerca de la Pasta de tomate tipo San Marzano?**

- Redes sociales
- Radio
- Flyers
- Página Web
- Venta personalizada
- Otros(especifique)