



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE, EN LA
PARROQUIA DE NANEGALITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Negocios

Autora

Pozo De La Torre Mónica

Tutora

MSc. Pérez Chasiluisa Sylvia Maribel

QUITO – ECUADOR
2020

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

Yo, Pozo De La Torre Mónica, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “ PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE”, como requisito para optar al grado de “Ingeniería en Administración de Empresas y de Negocios”, y 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 de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de 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, a los 24 días del mes de agosto de 2020, firmo conforme:

Autora: Pozo De La Torre Mónica

Firma:



Número de Cédula: 1723895833

Dirección: Pichincha –Quito -Nanegalito

Correo Electrónico: monica-pozoo@hotmail.com

Teléfono: 0959100612

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE”. Presentado por Pozo De La Torre Mónica, para optar por el Título “Ingeniería en Administración de Empresas y de Negocios”

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 15 de julio del 2020

MSc. Pérez Chasiluisa Sylvia Maribel

TUTORA

DECLARACIÓN 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 “Ingeniería en Administración de Empresas y de Negocios”, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 02 de septiembre 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mónica Pozo', written over a horizontal line.

Pozo de la Torre Mónica

C.I: 172389583-3

AUTORA

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE”, previo a la obtención del Título de “Ingeniería en Administración de Empresas y de Negocios”, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 01 de septiembre de 2020

Ing. Paulina Ponce
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. María Fernanda Becerra
VOCAL

Ing. Viviana Cajas
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo va dirigido con todo mi corazón a mi padre eterno “Jehová” por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida y salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres y a mi hija por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme acompañado, cuidado y guiado durante en mi vida y mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme felicidad.

También agradezco a mi familia, a mi hija por el constante apoyo incondicional, por los valores que día tras días me han inculcado, luego quiero agradecer a mi tutora Ing. Sylvia Pérez y a todos los docentes de la Universidad por sus sabias enseñanzas compartidas.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA.....	xvii
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA	xviii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1
Objetivos del trabajo de titulación	3
Objetivos Específicos.....	3
CAPÍTULO I	4
1. ÁREA DE MARKETING.....	4
1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	4
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	4
1.2.1. Especificación del servicio o producto	5
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	7
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	8
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general	9
1.3.2. Demanda potencial	38
1.3.3. Demanda proyectada	39
1.4. ANÁLISIS DE MICRO Y MACRO AMBIENTE	40
1.4.1. Análisis del macro ambiente	40
1.4.2. Análisis del micro ambiente.....	46
1.4.3. Proyección de la oferta	50
1.4.4. Demanda insatisfecha	52

1.5. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	53
1.6. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN	55
1.7. SEGUIMIENTO DEL CLIENTE	57
1.8. MERCADOS ALTERNATIVOS.....	58
CAPÍTULO II.....	58
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	58
2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	58
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	58
2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio	58
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	64
2.2.3. Tecnología a aplicar	69
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	70
2.3.1. Ritmo de producción	70
2.3.2. Nivel de inventario promedio	71
2.3.3. Número de trabajadores.....	71
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	72
2.4.1. Capacidad de producción futura.....	72
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	
72	
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	73
2.6. CALIDAD.....	74
2.6.1. Método de Control Interno de Calidad	75
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN....	75
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	75
CAPÍTULO III	78
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	78
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	78
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	78
3.2.1. Misión de la empresa.....	78
3.2.2. Visión de la empresa	79
3.2.3. Objetivos y estrategias	79

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	86
3.3.1. Organización interna	86
3.3.2. Descripción de puestos	89
3.4. CONTROL DE GESTIÓN	94
3.4.1. Indicadores de gestión	94
3.5. NECESIDADES DE PERSONAL	96
CAPÍTULO VI.....	97
4. ÁREA JURÍDICO LEGAL	97
4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL	97
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	97
4.3. PATENTES Y MARCAS	100
4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	101
CAPÍTULO V	103
5. ÁREA FINANCIERA	103
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	103
5.2. PLAN DE INVERSIONES.....	103
5.2.1. Forma de financiamiento	106
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	107
5.4. CÁLCULO DE INGRESOS	122
5.5. FLUJO DE CAJA	124
5.6. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	130
5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	131
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
Conclusiones.....	136
Recomendaciones	137
BIBLIOGRAFÍA	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación demográfica.....	10
Tabla 2 Dimensión conductual	10
Tabla 3 Dimensión geográfica.....	11
Tabla 4 Dimensión geográfica.....	12
Tabla 5 Vehículos que transitan por la vía Calacalí – Independencia	13
Tabla 6 Población por rangos de edad	14
Tabla 7 Métodos de recolección – objetivo específico: marketing	16
Tabla 8 Objetivo estratégico de producción.....	17
Tabla 9 Objetivo estratégico legal	18
Tabla 10 Objetivo estratégico financiero	18
Tabla 11 Nivel de conocimiento sobre el producto	26
Tabla 12 Nivel de consumo del producto.....	27
Tabla 13 Frecuencia del consumo del producto	28
Tabla 14 Periodos de compra de los productos	29
Tabla 15 Decisión de consumo.....	30
Tabla 16 Factores importantes.....	31
Tabla 17 Sitios de preferencia para la compra	32
Tabla 18 Aspectos Importantes	33
Tabla 19 Medios de comunicación para la publicidad.....	34
Tabla 20 Disponibilidad de pago por las frutas como la papaya.....	35
Tabla 21 Presentación del producto	36

Tabla 22	Gustos y preferencias de la presentación.....	37
Tabla 23	Mercado meta potencial para el consumo de dulce de papaya	38
Tabla 24	Proyección de la demanda	39
Tabla 25	Rivalidad entre competidores.....	45
Tabla 26	Análisis de factores incontrolables Matriz EFI.....	47
Tabla 27	Análisis de factores incontrolables Matriz EFE.....	48
Tabla 28	Matriz de perfil competitivo en relación al proyecto	49
Tabla 29	Población que consume alimentos a base de frutas.....	50
Tabla 30	Proyección de la oferta	51
Tabla 31	Demanda insatisfecha.	52
Tabla 32	Muebles y enseres	67
Tabla 33	Maquinaria y equipo.....	67
Tabla 34	Equipos de computación.....	68
Tabla 35	Mano de obra	68
Tabla 36	Tecnología a aplicar	69
Tabla 37	Ritmo de producción	70
Tabla 38	Número de trabajadores.....	71
Tabla 39	Materia prima – Dulce de papaya verde	73
Tabla 40	Grado de sustitución	74
Tabla 41	FODA	80
Tabla 42	Indicadores de gestión.	95
Tabla 43	Plan de inversiones	104
Tabla 44	Activos fijos	104

Tabla 45 Capital de trabajo.....	105
Tabla 46 Forma de financiamiento	106
Tabla 47 Materia prima para producir 160 unidades de dulce de papaya verde.	107
Tabla 48 Mano de obra directa	108
Tabla 49 Materiales indirectos para elaborar dulce de papaya verde	108
Tabla 50 Arriendo o área para elaborar dulce de papaya verde	109
Tabla 51 Servicios básicos para elaborar dulce de papaya verde	109
Tabla 52 Uniformes para elaborar dulce de papaya verde	110
Tabla 53 Utensilio para elaborar dulce de papaya verde	110
Tabla 54 Mantenimiento de la maquinaria.....	111
Tabla 55 Proyección de costos para elaborar dulce de papaya verde	112
Tabla 56 Sueldo vendedor.....	112
Tabla 57 Suministros de oficina	113
Tabla 58 Arriendo administrativo.....	114
Tabla 59 Publicidad	114
Tabla 60 servicios básicos.....	115
Tabla 61 Gastos pre operativos.....	115
Tabla 62 Mantenimiento de activos fijos	116
Tabla 63 Gasto financiero	117
Tabla 64 Proyección de gastos	119
Tabla 65 Mano de Obra más beneficios de ley	120
Tabla 66 Depreciación	121
Tabla 67 proyección de la depreciación.....	122

Tabla 68 Proyección de ingresos	123
Tabla 69 Flujo de caja	124
Tabla 70 Costos y gastos fijos y variables	126
Tabla 71 Punto de equilibrio en unidades	128
Tabla 72 Estado de resultados	130
Tabla 73 Valor Actual Neto Significado.....	131
Tabla 74 Valor Actual Neto.	132
Tabla 75 Tasa Interna de Retorno descuento 16%.	133
Tabla 76 Razón Beneficio – Costo	134
Tabla 77 Periodo de recuperación.....	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Especificación del producto	5
Figura 2 Atributos del producto	7
Figura 3 Aspectos innovadores	8
Figura 4 Definición del mercado	9
Figura 5 Parroquia de Nanegalito	12
Figura 6 Las 5 fuerzas de Porter.....	41
Figura 7 Fuerza de negociación con los proveedores	42
Figura 8 Poder de negociación con los clientes.....	43
Figura 9 Amenaza de productos sustitutos.....	44
Figura 10 Presentaciones de frutas	46
Figura 11 Promoción del producto	53
Figura 12 Publicidad de valla	54
Figura 13 Publicidad peatonal.....	55
Figura 14 Publicidad en afiches	55
Figura 15 Sistema de distribución	56
Figura 16 Distribución en tiendas y restaurante	56
Figura 17 Seguimiento de clientes por red social Facebook.....	57
Figura 18 Proyección de ventas.....	57
Figura 19 Mapa de procesos.....	62
Figura 20 flujograma de procesos	63
Figura 21 Ubicación de la empresa	64
Figura 22 Distribución de la planta	65
Figura 23 Método de Control Interno de Calidad.....	75
Figura 24 Objetivos estratégicos	85
Figura 25 Organigrama Estructural	87
Figura 26 Organigrama Funcional.....	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Nivel de conocimiento sobre el producto	26
Gráfico 2	Nivel de consumo del producto.....	27
Gráfico 3	Frecuencia de consumo del producto	28
Gráfico 4	Periodo de compra de los productos.....	29
Gráfico 5	Decisión de consumo.....	30
Gráfico 6	Factores importantes.....	31
Gráfico 7	Sitios de preferencia para la compra	32
Gráfico 8	Aspectos importantes.....	33
Gráfico 9	Medios de comunicación para la publicidad.....	34
Gráfico 10	Disponibilidad de pago por la fruta como la papaya.....	35
Gráfico 11	Presentación del producto	36
Gráfico 12	Gustos y preferencias de la presentación.....	37
Gráfico 13	Proyección de la demanda actual	39
Gráfico 14	Demanda proyectada	40
Gráfico 15	Proyección de la oferta	52
Gráfico 16	Punto de equilibrio del dulce de papaya	129

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE, EN LA PARROQUIA DE NANEGALITO”

AUTOR: Pozo De La Torre Mónica

TUTORA: MSc. Pérez Chasiluisa Sylvia Maribel

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación de la empresa DULCE FRUIT dedicada a la producción del dulce de papaya verde en la Parroquia Nanegalito, cuya misión es “Producir y comercializar dulce de papaya de excelente calidad, a través de un grupo de trabajo organizado, que busca suplir las necesidades de consumo alimenticio de manera ágil, mejorando continuamente los procesos”. A lo largo del trabajo investigativo se han diseñado estrategias de mercadeo basadas en la segmentación establecida para el establecimiento de la demanda y que lleven a DULCE FRUIT a alcanzar la visión propuesta de “Ser una microempresa líder a nivel nacional en la producción de dulce de papaya como producto alimenticio natural para el consumo diario en la dieta familiar, con el fin de sustentar las inversiones y gastos durante los próximos cinco años.” Al elaborar la propuesta se ha analizado los parámetros del mercado: la posible demanda potencial está ubicada en la población de Nanegalito y en sectores aledaños como Pacto, Gualera, Mindo, Los Bancos y el norte de la ciudad de Quito, además de los pasajeros en tránsito por el sector; la oferta está dada por los productores de la zona que ofrecen papaya de algunas variedades que pueden ser utilizadas como materia prima básica y los demás ingredientes también son propios de la región. El análisis continúa con la descripción de los procesos de transformación, de producción, las proyecciones de ventas, la cadena de valor, ventaja competitiva la descripción de instalaciones, así mismo se ha hecho un recuento de los requisitos legales y logísticos necesarios para la operación del proyecto. El análisis financiero muestra que el punto de equilibrio es de unidades 45.624, correspondiente a \$73.451,51, meta que se considera alcanzable. El VAN \$7.361,24 es superior a cero, el TIR es de 42%, la relación beneficio costo es de 1,97 y el tiempo estimado de retorno de la inversión es de 2 años 7 meses, por lo que se considera que el proyecto es factible ya que los indicadores así lo demuestran.

Palabras Claves: Cadena de valor, dulce de papaya, estrategias, mercado, potenciales clientes, plan de negocio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE DE PAPAYA VERDE, EN LA PARROQUIA DE NANEGALITO”

AUTHOR: Pozo De La Torre Mónica

TUTOR: MSc. Pérez Chasiluisa Sylvia Maribel

ABSTRACT

This project aims to design a business plan for the creation of DULCE FRUIT company dedicated to the production of green papaya candy next to Quito, in Nanegalito, its mission is “to produce and to market papaya candy of excellent quality, through an organized work group, which seeks to supply the needs of food consumption in an agile way, continually improving processes”. Throughout the investigative work, marketing strategies have been designed based on the segmentation established for the establishment of demand and that lead to DULCE FRUIT to achieve the proposed vision of "Being a leading national microenterprise in the production of papaya candy as a natural food product for daily consume in the family diet, in order to support investments and expenses for the next five years”. In preparing the project, the market parameters have been analyzed: potential demand is located in the town of Nanegalito and in neighboring sectors such as Pacto, Guala, Mindo, Los Bancos and the north of the Quito city, in addition passengers in transit through the sector; the offer is given by the producers of the area who offer papaya of some varieties that can be used as basic raw material and the other ingredients are also typical of the region. Analysis continues with the description of the transformation, production processes, sales projections, the value chain, competitive advantage, the description of facilities, as well as an account of the legal and logistical requirements necessary for the operation of the draft. Finally, the financial analysis shows that the break-even point is 45,624 units, corresponding to \$ 73,451.51, a goal that is considered attainable. The NPV \$ 7,361.24 is above zero, the IRR is 17.96, the cost benefit ratio is 1.97 and the estimated time of return on investment is 2 years 7 months, so it is considered that the project is feasible since the indicators demonstrate it.

Key Words: Value chain, sweet papaya, strategies, market, potential clients, business plan.

INTRODUCCIÓN

La parroquia de Nanegalito se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, al Noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito, la cual forma parte de las seis parroquias que en la actualidad pertenecen al proyecto Choco Andino, obteniendo una población de 3026 habitantes de acuerdo al INEC. La parroquia cuenta con un clima tropical y es considerado como una zona agrícola y turística.

También es importante recalcar que Nanegalito es el principal punto de llegada, para luego tomar las diferentes direcciones a las otras parroquias aledañas o continuar rumbo a la costa ecuatoriana. Esta ha sido una de las ventajas que ha generado que haya suficiente afluencia de turistas dado lugar a la creación de gran cantidad de negocios, convirtiéndose en una de las fuentes de desarrollo económico de muchos pobladores e incluso de personas que han llegado de distintos lugares. Al ser una zona agrícola y con gran producción de papaya, es de donde nace la iniciativa de innovar un nuevo producto que pueda ser adquirido por propios y extraños, a fin de satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los consumidores de esta fruta, que si bien es cierto de acuerdo a investigaciones este producto demanda de grandes beneficios para el ser humano y son muy poca la población que la consumen en estado natural.

Para conocer el nivel de aceptación del producto se tomará en cuentas los métodos de recopilación de información “encuestas aplicada a las personas de la comunidad” y las diferentes herramientas investigativas, lo cual nos ayudará en la toma de decisiones para considerar la creación de la empresa dedicada a la producción y elaboración del dulce de papaya verde en la parroquia de Nanegalito.

Es importante conocer que para un mejor proceso investigativo este documento se encuentra estructurado de acuerdo a los siguientes capítulos:

Capítulo I Área de marketing, sección que nos permitirá desarrollar el objetivo del estudio del mercado, definición de producto o servicio, definición del mercado, plan de muestreo, demanda potencial, desarrollo de instrumentos, análisis micro y macro ambiente y la proyección de oferta.

Capitulo II Área de producción, En este apartado se detallará el proceso para la elaboración del dulce de papaya verde tomando en cuenta los siguientes puntos: Descripción del proceso, factores que afectan el plan de operaciones, capacidad de producción, definición de recursos necesarios para la producción y método de control de calidad.

Capitulo III Área de organización y gestión, aquí podremos mencionar el objetivo del estudio del organización y gestión, misión, visión, Objetivos y estrategias, la organización funcional de la empresa y por último el control de gestión necesidades de personal.

Capítulo IV Estudio organizacional, en esta sección se describiremos el marco legal, la estructura organizacional, los manuales de funciones y el direccionamiento estratégico.

Capítulo V Financiero, se detallará la inversión inicial del proyecto, el presupuesto de costos necesario para la elaboración del dulce de papaya, el presupuesto de gastos administrativos y comerciales para determinar la tasa de descuento, VAN, TIR y la razón beneficio – costo.

Finalmente, se describirán las conclusiones sobre el presente proyecto y las recomendaciones que se deberían tomar en cuenta.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo general

Implementar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción del dulce de papaya verde en el cantón Quito, Parroquia Nanegalito. Utilizando estrategias mercadológicas para su comercialización.

Objetivos Específicos

- Investigar el nivel de factibilidad que tendría en el mercado la creación de la empresa dedicada a la producción del dulce de papaya verde, mediante la aplicación de encuestas a posibles clientes.
- Describir cada una de las operaciones de producción, para mejorar los procesos y por ende brindar productos de calidad desde su producción hasta la comercialización, mediante la utilización de maquinaria y los recursos humanos necesarios para dichas operaciones.
- Determinar las estrategias que influyen en el direccionamiento estratégico de la empresa, para verificar que se cumplan de acuerdo a los objetivos establecidos.
- Determinar la forma jurídica y los requisitos para la constitución de la empresa, bajo cuya cobertura funcionará el proyecto propuesto, así como los permisos que debe cumplir para la operación y puesta en marcha del proyecto.
- Determinar el monto de la inversión que requerirá el proyecto, distribuido en activos fijos y capital de trabajo indispensables para la puesta en marcha.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Investigar el nivel de factibilidad que tendría en el mercado la creación de la empresa dedicada a la producción del dulce de papaya verde, mediante la aplicación de encuestas a los posibles clientes.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

De acuerdo a Izquierdo, Rodriguez, y Durán (2007), mencionan: “las normas y recomendaciones técnicas, que se aplican a los procesos de la cadena productiva de alimentos agropecuarios; labores de campo, cosecha, empaque, transporte y almacenamiento de los productos” (pág. 17); a fin preservar el bienestar de los productores y consumidores con la obtención de productos de calidad y a su vez conservando el medio ambiente.

Teniendo en cuenta la identificación del producto o servicio y las diferentes características específicas de los aspectos que permitirán el desarrollo del producto o servicio final.

Esta sería una de las razones para tomar como iniciativa propia la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización del dulce de papaya verde ubicada en el Cantón Quito, Parroquia de Nanegalito, para lo cual esta

empresa será legalmente constituida y contará con todos los permisos pertinentes de salud y medioambiente, otorgados por las autoridades de las respectivas instituciones competentes, como también los permisos tributarios y administrativos, a fin de tener un buen desenvolvimiento en los diferentes procesos de producción y comercialización de nuestro producto.

Cabe mencionar que la presente investigación de estudio de mercado nos permitirá conocer el nivel de factibilidad que tendría el proyecto a ejecutarse en el Cantón Quito, Parroquia de Nanegalito, para lo que se pretende realizar un análisis de los procesos de producción y mercadeo del dulce de papaya verde, conocer el grado de aceptación al cual va dirigido nuestro producto, oferta y demanda, también adquirir conocimientos claros sobre la competencia y tener referencia de los precios, lo cual ayudara en la toma de decisiones en la organización.

1.2.1. Especificación del servicio o producto

La papaya según Andrade (2015), es conocida también como lechosa, es una fruta tropical de forma ovalada con una cáscara delgada de color amarillo, en su interior se aprecia su pulpa cuyo color puede ser amarillo o naranja según la especie de la planta, tiene un sabor dulce muy agradable, siendo ampliamente usada por sus bondades especialmente a nivel gastrointestinal.

Dulce de Papaya



Figura 1 Especificación del producto

Fuente: (Andrade, 2015)

Elaborado por: La Autora

Dentro del territorio ecuatoriano se pueden mencionar que se produce tres clases de papaya como la tainung, la hawaiana y la conocida como maradol o nacional, siendo frutas con características diferentes, pero sus usos son comunes, cabe mencionar que en la parroquia de Nanegalito y sus alrededores se cultiva la papaya maradol o nacional puesto que se desarrolla mejor por el clima tropical.

La parroquia de Nanegalito se encuentra dentro de las seis parroquias que en la actualidad forman parte del proyecto Choco Andino, las cuales son consideradas zonas agrícolas, donde se producen grandes cantidades de diferentes cultivos, entre ellos podemos encontrar la papaya, ya que es una fruta muy conocida por su sabor dulce y fresco como también por sus propiedades medicinales. Por lo cual la papaya ha sido considerada como una fruta exótica conocida dentro y fuera de nuestro país, también es importante recalcar que esta planta se caracteriza por dar frutos durante todo el año y se la puede sembrar en cualquier época del año.

De acuerdo a la historia podemos conocer que la papaya es originaria de América Tropical y fue cultivada muchos años antes de la llegada de Cristóbal Colón y su tripulación española, quienes llevaron este producto y fue expandido el cultivo en otras zonas como Australia, África y América y en la actualidad es ampliamente cultivada en diferentes regiones como Hawái, Australia y Sudáfrica.

Identificación o características del producto



Figura 2 Atributos del producto

Fuente: (Segob, 2011)

Elaborado por: La Autora

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Es importante conocer los grandes beneficios por la cuales menciona la especialista Alma Palau, presidenta del Consejo General de Dietistas-Nutricionistas (CGDN) advierte de que la papaya no es un alimento con propiedades fuera de lo normal y equipara sus beneficios al de otras frutas. “El consumo de fruta se asocia con una disminución del riesgo de padecer obesidad, hipertensión, enfermedades cardiovasculares o algunos tipos de cáncer. La papaya es una fruta, y como tal, su consumo ayuda a disminuir el riesgo de estas enfermedades” (García, 2016).



Figura 3 Aspectos innovadores
Fuente: (García, 2016)
Elaborado por: La Autora

Al ser una fruta que demanda vitaminas A, C y antioxidantes, es importante consumirla ya que es una fruta muy conocida y fácil de encontrar en los mercados en su forma natural, esta fruta es utilizada la mayor parte por las amas de casa para realizar jugos, comer en rodajas y procesados en mermeladas, que en muchos casos las personas no suelen consumir mucho las mermeladas por la pérdida de su sabor. Y la papaya verde en cambio ha sido usado solo como un suavizante de carne dura, sin darle mayor importancia.

Por lo tanto, en los mercados comerciales no es conocido este delicioso dulce de papaya verde que vendría preparado y enlatado en pequeños trocitos suaves sin perder su sabor y lo más importante es que tiene mayor tiempo de duración, cabe recalcar que las grandes empresas se han enfocado solo en la elaboración de mermeladas dejando una oportunidad para este nuevo producto.

Es un producto fácil de elaborar y al no llevar muchos ingredientes tendrá un precio accesible para todo público, siendo un producto de calidad por su excelente fruto y que en algunos casos para su cuidado se utiliza solo el abono orgánico.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo (Kotler, 2001).



Figura 4 Definición del mercado

Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48958753>

Elaborado por: La Autora

En conclusión, el mercado es un espacio físico que permite al ser humano interactuar en el intercambio de bienes o servicios por pago de un precio justo con el fin de satisfacer las diferentes necesidades, gustos o preferencias de cada una de las personas, también es importante conocer que en esta actividad debemos tomar muy en cuenta los precios acorde a las aspiraciones de los productores de ser pagados un precio justo e incluso para mantener la lealtad de los proveedores de la materia prima.

Esta es una de las razones por las cuales se desarrolla este plan de negocios, con el propósito de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización del dulce de papaya verde en el Cantón Quito, Parroquia Nanegalito, el cual contiene propiedades medicinales y nutricionales aptas para el consumo de las personas y por ende pueda ser motivo de satisfacción de los clientes.

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general

El producto conocido como “dulce de papaya verde” que se pretende ingresar al mercado va direccionado para todos los habitantes de la Parroquia de Nanegalito y transeúntes, a partir de los cuatro años de edad ya que es una fruta que proporcionan beneficios alimenticios para las personas.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

De acuerdo al mercado potencial al cual va dirigido el producto, puesto que se enfoca a las personas involucradas en la decisión de compras, ya que son consumidores de productos tradicionales con altos niveles nutritivos y medicinales.

Tabla 1 Segmentación demográfica

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Amas de casa y transeúntes
¿Quién usa?	Todos
¿Quién decide?	Familia y pasajeros
¿Qué influye?	Amas de casa y pasajeros

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Tabla 2 Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Social, seguridad y fisiológica
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	No
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.3.1.2. Estudio de segmentación

Para la producción y comercializar de dulce de papaya que debe segmentar el mercado en geográfico, demográfico y socio económico.

Geográfica

Este poblado se ubica en medio del bosque nublado en las estribaciones del volcán Pichincha a 1.650 metros sobre el nivel del mar, en un paraje cuya temperatura oscila entre los 18° y 20° C. Forma parte de la región ecológica forestal el Chocó, la misma que avanza desde el suroeste de Colombia hasta el noroeste del Ecuador.

Conocido por sus pobladores como “El pueblo donde nacen las nubes”, Nanegalito posee un bosque silvestre muy valorado por la diversidad de maderas como el cedro, el canelo, la caña guadua y el aliso; así mismo tiene una gran variedad de plantíos y frutales nativos como la guaba, guayaba y caña de azúcar. También se destacan las 260 especies de orquídeas de cuales nueve son endémicas, razón por la cual se han convertido en uno de los símbolos de la zona.

Adicionalmente, este territorio acoge varias especies de animales, entre ellos el gallo de la peña, armadillos, tigrillos, una gran variedad de colibríes y el pájaro yumbo. Este último es considerado como el símbolo del pueblo ancestral que lleva el mismo nombre. Su forma de trinar y colorido lo hacen único en su especie.

Tabla 3 Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Nº Habitantes
País	Ecuador	14. 483. 499
Región	Costa	7.604.835
Parroquia	Nanegalito	3.026

Fuente: INEN, 2010

Elaborado por: La Autora



Figura 5 Parroquia de Nanegalito

Fuente: (Gobierno Provincial de Pichincha, 2012 -2015)

Elaborado por: (Gobierno Provincial de Pichincha, 2012 -2015)

Sin embargo, la comercialización de los dulces de papaya verde se va a realizar en toda la provincia de Pichincha; con la extensión territorial se pretende captar un mayor número de consumidores. Considerando esta tendencia se procede a realizar el estudio de mercado para introducir este tipo de producto.

Demográfica

Tabla 4 Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Nº Habitantes
Edad	18 a 64	1.525
Sexo	mujeres y hombres	739 – 786
Familia	4 personas por familia	947

Fuente: (INEN, 2010)

Elaborado por: La Autora

Sin embargo, se ha considerado los pasajeros que viajan por la vía Calacalí – Independencia; y según datos de Hidroequinoccio 2010 se presentan los siguientes resultados:

Tabla 5 Vehículos que transitan por la vía Calacalí – Independencia

Tipos de Vehículos	de Sentido	Número de Vehículos	Pasajeros promedio /vehículos	Pasajeros	
				Semanales	Anuales
Livianos	2 sentidos	125	2	1750	91.000,00
Buses		15	20	2100	109.200,00
Camiones 2 ejes		14	2	196	10.192,00
Camiones 3 ejes		18	3	378	19.656,00
Total				4.424,00	230.048,00

Fuente: (Hidroequinoccio, 2010)

Elaborado por: La Autora

$$\begin{aligned} &125 \text{ Vehiculos} * 2 \text{ pasajetos} * 7 \text{ días} \\ &= 1.750 \text{ pasajeros semanales} * 52 \text{ semanas} \\ &= 91.000 \text{ pasajeros} \end{aligned}$$

Considerando esta información se obtuvo que por la vía que pasa por Nanegalito es aproximadamente 4.424 pasajeros semanales y 230.048 pasajeros anuales que se trasladan a Mindo, Los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y otros lugares que la vía Calacalí – Independencia. Y del total de pasajeros solo se consideró el 50%.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Análisis de la demanda

El Ecuador es un país con una biodiversidad de flora, que hace referente a la producción agrícola en la mayoría de las provincias de la región sierra; y uno de los productos que está despegando es la papaya, una planta que era considerada como silvestre (crece en cualquier lugar), pero las características nutricionales

identificadas han generado que muchos agricultores están produciendo a gran escala. La investigación de realizará en la parroquia de Nanegalito

Población

La población seleccionada son los habitantes de la parroquia Nanegalito y de los transeúntes que viajan por la vía Calacalí – Independencia (50% de los pasajeros) para el mismo se ha dividido por los rangos de edad de 5 a 79 años que serán los potenciales consumidores del dulce de papaya verde; y asciende a 112.115 personas.

Tabla 6 Población por rangos de edad

		2019	
Rango de edad	%	126.827,00	
De 95 y más		-	
De 90 a 94 años		-	
De 85 a 89 años		-	
De 80 a 84 años		-	
De 75 a 79 años	1,1000%	1.395,00	
De 70 a 74 años	1,7000%	2.156,00	
De 65 a 69 años	2,2000%	2.790,00	Población para la muestra es 66.572 personas de 20 a 64 años de edad que serán encuestados.
De 60 a 64 años	2,8000%	3.551,00	
De 55 a 59 años	3,6000%	4.566,00	
De 50 a 54 años	4,2000%	5.339,00	
De 45 a 49 años	5,1900%	6.582,00	
De 40 a 44 años	5,7000%	7.229,00	
De 35 a 39 años	6,5000%	8.244,00	
De 30 a 34 años	7,3000%	9.258,00	
De 25 a 29 años	8,3000%	10.527,00	
De 20 a 24 años	8,9000%	11.288,00	
De 15 a 19 años	9,8000%	12.429,00	
De 10 a 14 años	10,6000%	13.444,00	
De 5 a 9 años	10,5000%	13.317,00	

De 0 a 4 años	-	
Total	88%	112.115,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Muestra

Mediante el plan de muestreo conoceremos el número de personas a las que debemos aplicar la encuesta, y se lo desarrollará a través del muestreo no probabilístico, tomando en cuenta la variable demográfica, basada en la muestra que va dirigida a las amas de hogar quienes son las que deciden en la compra.

La población para aplicar las encuestas en la parroquia de Nanegalito se consideró un rango de edad de 20 a 64 años; donde la población asciende a 66.572 personas.

Para determinar la muestra se utiliza el muestreo probabilístico que es una técnica donde todos individuos de la población tienen la misma oportunidad de ser seleccionado, al considerar un nivel de confianza del 95% y 5% de margen de error. Bajo una distribución normal donde el valor Z es igual 1,96; y se considera un porcentaje de igualdad a la probabilidad de y no ocurrencia.

A continuación, se procede a calcular la muestra (News, 2015).

Dónde:

Z= Representa el nivel de confianza del 95%

N= Población total de una muestra.

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e= Margen de error

n = Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 66.572 * 0,50 * 0,50}{(0,05^2) * (66.572 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{63.935}{167,38} = 382$$

$$n = 382$$

Al utilizar la técnica de muestreo probabilístico aleatorio la muestra es igual a 382 personas. Para conocer variables que afecten a la factibilidad del negocio.

1.3.1.4. Instrumentos para la recolección de la información

Tabla 7 Métodos de recolección – objetivo específico: marketing

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
¿Qué beneficios proporciona el consumo de papaya?	Secundaria	Libros – Internet	Servicios agrupados
¿Qué productos derivados de la papaya consume con más frecuencia?	Primaria	Ama de hogar	Encuesta
¿Cuánto paga por sus productos frutales como la papaya?	Primaria	Amas de hogar	Encuesta
¿En qué lugar compra usted sus productos de mercado?	Primaria	Amas de hogar	Encuesta

¿Al adquirir frutas en sus distintas presentaciones, ¿en qué característica se fija?	Primaria	Amas de hogar	Encuesta
Prácticas para la conservación del producto envasado	Secundaria	Libros – Internet	Servicios agrupados
Productores de papaya	Secundaria	PROEcuador	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Tabla 8 Objetivo estratégico de producción

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado objetivo	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Investigar el nivel de producción de papaya	Secundaria	MAGAP	Encuesta
Determinar el nivel de aceptación que tendría el dulce de papaya verde	Secundaria	Amas de hogar	Encuesta
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Amas de hogar Supermaxi	Encuesta
Precios de la competencia	Secundaria	Empresas fabricantes de productos similares	Bancos de datos de otras organizaciones
Investigar que es la oferta y demanda	Secundaria	Libros - Internet	Servicios agrupados

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Tabla 9 Objetivo estratégico legal

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Investigar las normas de calidad	Secundaria	Normas ISO	Servicios agrupados
Conocer las obligaciones tributarias	Secundaria	SRI	Bancos de datos de otras organizaciones
Investigar los requisitos de funcionamiento	Secundaria	Delegaciones municipales	Bancos de datos de otras organizaciones
Conocer los trámites para la seguridad laboral	Secundaria	IESS	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora**Tabla 10** Objetivo estratégico financiero

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Fuentes de financiación	Secundaria	Sectores bancarios	Bancos de datos de otras organizaciones
Recursos financieros para crear la microempresa	Secundaria	Libros–Internet	Servicios agrupados
¿Qué fuentes de financiamiento son las más adecuadas?	Secundaria	Libros–Internet	Servicios agrupados

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora

Diseño y recolección de información

La presente encuesta va dirigida a todas las personas de la parroquia de Nanegalito con el fin de llegar a conocer el grado de aceptación que tendría el producto “dulce de papaya verde”.

Dicha información es de gran importancia y será utilizada para fines educativos.

Datos Personales:

Género F M

Edad: Entre: 15 – 25

Entre: 18 – 28

Entre: 29 – 39

Entre: 40 - 50

Entre: 51 – 61

Entre: 62 y más

Ocupación: _____.

1. ¿Conoce usted los beneficios que proporciona el consumo de papaya?

Si

No

2. ¿Ha consumido usted en algún momento productos derivados de la papaya?

Si

No

3. ¿Qué productos derivados de la papaya consume con más frecuencia?

Mermelada de papaya

Jugo de papaya

Batido de papaya

Jugo de papaya con otras frutas

Otro

¿Cuál?: _____

4. ¿Cada que tiempo compra productos derivados de la papaya?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Trimestral

Semestral

Nunca

5. ¿Le gustaría consumir el dulce de papaya verde?

Si

No

6. ¿Por qué consume los productos derivados de la papaya?

Por su sabor

Por su alto contenido nutricional

Por su precio

Por la tradición

7. ¿En qué lugar compra usted sus productos de mercado?

Supermercados

Comisariatos

Despensas

Tiendas del barrio

Plazas de barrio (mercado)

Otros

8. Al adquirir frutas en sus distintas presentaciones, ¿en qué característica se fija?

Precio

Calidad

Cantidad

Marca

9. ¿De qué manera le gustaría que le llegue la información de las ofertas del producto?

Radio

Internet

Televisión

Comercio

Otras

10. ¿Cuánto paga por sus productos frutales como la papaya?

\$1,00 a \$2,00

\$2,50 a \$3,00

\$3,50 a \$4,00

11. ¿En qué presentaciones le gustaría obtener el producto?

250 grs.

375 grs.

500 grs.

12. ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir su producto?

Envase de cristal

Envase plástico

Envase metal

Doy - pack

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

- Bancos de Datos de Otras Organizaciones
 - **Necesidad 1:** Nivel de Producción de la papaya

Desarrollo: De acuerdo a los datos estadísticos del (GAP, s.f.) Actualmente, la papaya ecuatoriana se envía a la Comunidad Europea, Reino Unido, Perú y Colombia, destinos a los que se ha enviado algo más de 98 toneladas en lo que va del año 2018, obteniendo una producción total al año de 1,646 toneladas de papaya.

Como bien es cierto Ecuador durante estos últimos tiempos ha logrado obtener mayor producción de papaya ya que ha conseguido acuerdo para la exportación a diferentes países con gran consumo de este producto.

- **Necesidad 2:** Productores de papaya

Desarrollo: De acuerdo al (MAGAP, s.f.). A nivel nacional, Santo Domingo de los Tsáchilas es la provincia que más produce papaya en monocultivo (30%) con una producción de 316 ha, distribuidas en 131 UPAs. Guayas es la segunda mayor productora de papaya bajo el mismo sistema, con una superficie cosechada de 231 ha repartidas en 373 UPAs. En el caso de estar asociada, la provincia de Esmeraldas es la que más área posee (17%), seguida de Morona Santiago (16%), Manabí (14%) y Guayas (11%). Lo que indica que nuestro país es un gran productor de papaya.

- Servicio Agrupados
- **Necesidad 1:** Beneficios que proporciona el consumo de papaya

Desarrollo: De acuerdo al (EL COMERCIO , 2017; Beltrán Jaramillo) La papaya es excelente para eliminar toxinas, mejora la salud gastrointestinal, puede ayudar a adelgazar, ayuda a descomponer, las proteínas y mantiene la piel más sana. Esta es una de las razones por las cuales especialistas recomiendan el consumo de este producto.

- **Necesidad 2:** Determinar el mercado objetivo

Desarrollo: Según el INEC detallado en la tabla N° 4 existen 947 familias en la parroquia de Nanegalito, sumado más los transeúntes que viajan vía Calacali _ La Independencia.

- Sistema de Información

Información Primaria

- Encuesta

La encuesta es un método de recolección de información y está diseñada precisamente para obtener conocimientos claros sobre el grado de aceptación que tendría el dulce de papaya verde, para ello se ha desarrollado un cuestionario de preguntas con su respectivo análisis y reporte final.

1.3.1.5. Análisis e interpretación

1. ¿Conoce usted los beneficios que proporciona el consumo de papaya?

Tabla 11 Nivel de conocimiento sobre el producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	73%
No	102	27%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

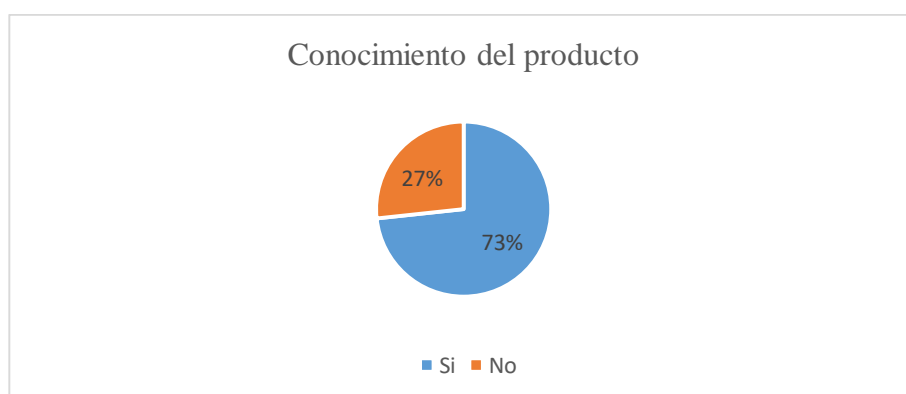


Gráfico 1 Nivel de conocimiento sobre el producto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta aplicada podemos conocer que el 73% de las personas conocen los beneficios que demanda este producto y tan solo el 27% no obtienen conocimiento

Análisis: Estos resultados mencionados serán de gran ayuda para el proyecto, ya que la mayor parte de las personas conocen la fruta y sus beneficios, por lo tanto, se cree que no existirá problemas al lanzar el producto al mercado.

2. ¿Ha consumido usted en algún momento productos derivados de la papaya?

Tabla 12 Nivel de consumo del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	382	100%
No	0	0%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

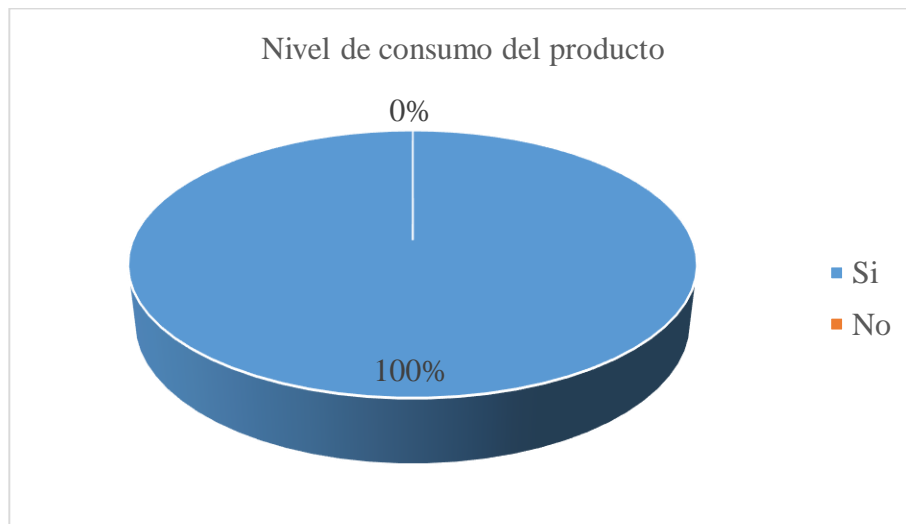


Gráfico 2 Nivel de consumo del producto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: De acuerdo a la encuesta aplicada podemos mencionar que el 100% de las personas encuestadas si han consumido este producto en algún momento.

Análisis: Estos resultados nos han permitido conocer que todas las personas encuestadas si han consumido este producto en alguna ocasión, por lo que podemos aducir que existe mayor probabilidad de acogimiento del producto que se pretende lanzar al mercado.

3. ¿Qué productos derivados de la papaya consume con más frecuencia?

Tabla 13 Frecuencia del consumo del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mermelada de papaya	51	13%
Jugo de papaya	137	36%
Batido de papaya	8	2%
Papaya en trocitos	154	40%
Jugo de papaya con otras frutas	22	6%
Otro	10	3%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

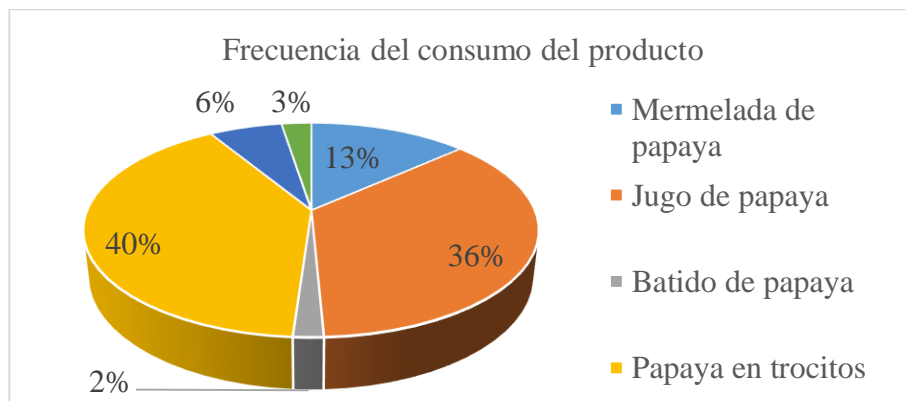


Gráfico 3 Frecuencia de consumo del producto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Mediante los resultados arrojados de la encuesta aplicada podemos conocer que el 41% de las personas han consumido papaya en trocitos y tan solo el 2% lo han consumido en batido de papaya

Análisis: De acuerdo a estos resultados podemos conocer que las personas la mayor parte lo ha consumido la fruta en su estado natural y pocas son las personas que lo han consumido el producto procesado.

4. ¿Cada que tiempo compra productos derivados de la papaya?

Tabla 14 Periodos de compra de los productos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	5	1%
Quincenal	45	12%
Mensual	274	72%
Trimestral	32	8%
Semestral	18	5%
No responde	8	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

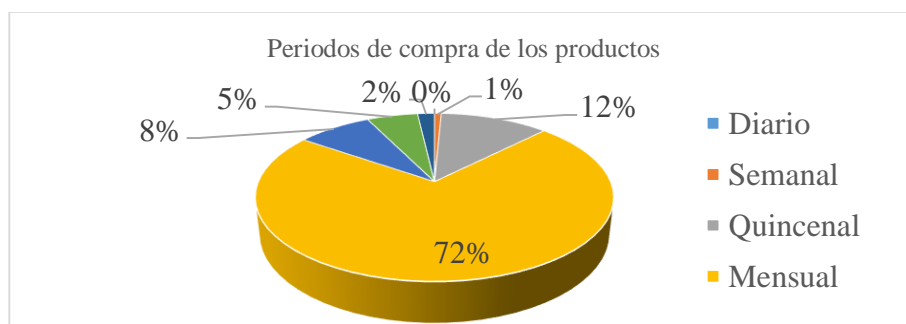


Gráfico 4 Periodo de compra de los productos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Del total de las personas encuestadas podemos conocer que el 72% de las personas adquiere su producto derivado de la papaya una vez por mes y tan solo 15% no indica que compra el producto semestralmente.

Análisis: De acuerdo a estos datos obtenidos se puede conocer que la mayor parte de las personas mantienen un constante consumo de estos productos, lo que genera que el proyecto sea viable, en relación la mejor cantidad de personas que adquieren el producto cada semestre.

5. ¿Le gustaría consumir el dulce de papaya verde?

Tabla 15 Decisión de consumo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	340	89%
No	42	11%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

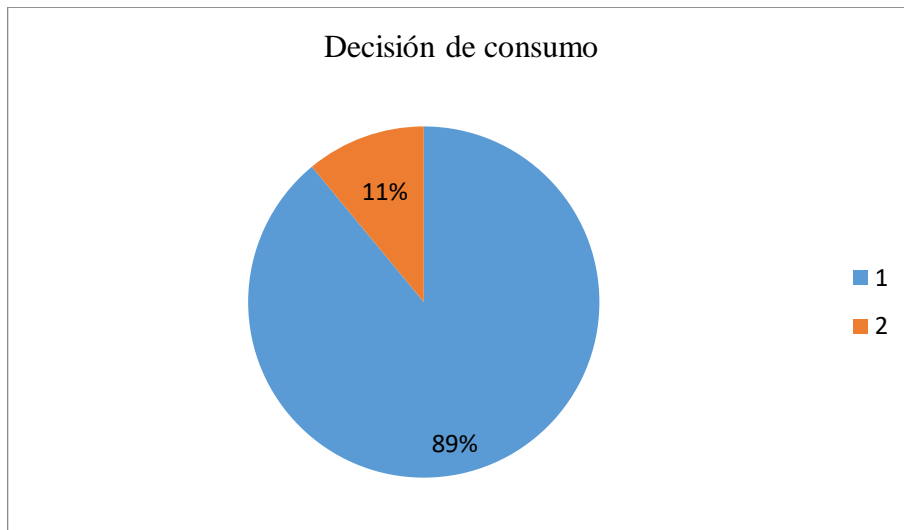


Gráfico 5 Decisión de consumo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Se puede observar de acuerdo a los datos arrojados que el 89% de las personas encuestas se encuentran dispuestas a consumir el dulce de papaya verde, mientras que tan solo el 11% no lo adquiriría, lo que nos indica que este producto tendría una buena aceptación en el mercado.

Análisis: Al tener un alto grado de aceptación por el producto expuesto de acuerdo a las personas encuestadas, este dato nos permitirá proyectarnos un nivel de producción que se debe tener.

6. ¿Por qué consume los productos derivados de la papaya?

Tabla 16 Factores importantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Por su sabor	90	24%
Por su alto contenido nutricional	244	64%
Por su precio	28	7%
Por la tradición	20	5%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

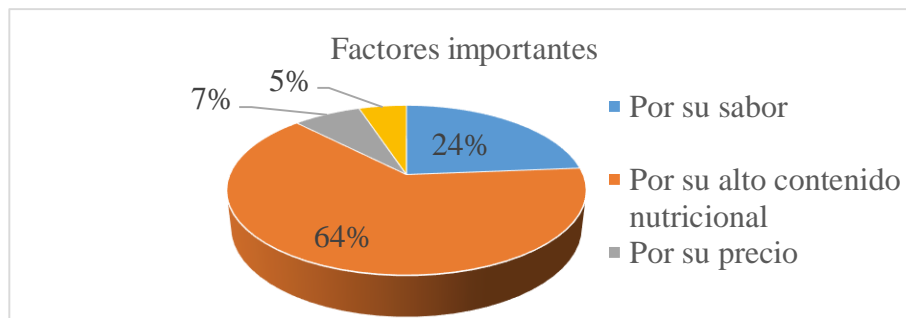


Gráfico 6 Factores importantes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación:

Como podemos observar de acuerdo a las estadísticas que el 64% de la población consume este producto por su alto nivel de nutrimento que proporciona, y tan solo el 5% de las personas mencionan por la tradición.

Análisis:

Lo que indica estos datos que la mayor parte de la población consume este producto gracias a su alto nivel de nutrición, estos factores es un punto importante para conocer de la decisión por la cual compran el producto la población.

7. ¿En qué lugar compra usted sus productos de mercado?

Tabla 17 Sitios de preferencia para la compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	176	46%
Comisariatos	104	27%
Despensas	7	2%
Tiendas del barrio	55	14%
Plaza de barrio (mercado)	33	9%
Otros	7	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

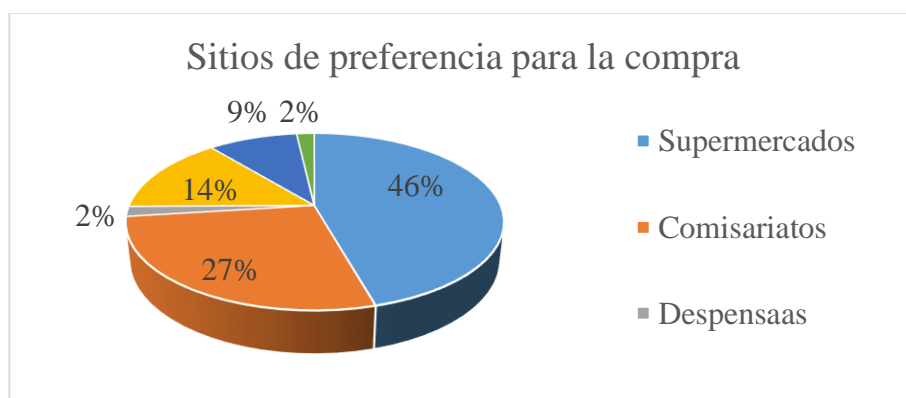


Gráfico 7 Sitios de preferencia para la compra

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: De acuerdo a los sitios de compra podemos conocer que el 46% de las personas realizan sus compras en los supermercados y el 2% les gustaría conseguir el producto en otros lugares comerciales.

Análisis: Estos indicadores nos dan a conocer los lugares donde se tendría que buscar mecanismos para exponer nuestros productos ya que en este sitio existe mayor afluencia de personas para realizar sus compras.

8. Al adquirir frutas en sus distintas presentaciones, ¿en qué característica se fija?

Tabla 18 Aspectos Importantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio	115	30%
Calidad	175	46%
Cantidad	60	16%
Marca	32	8%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

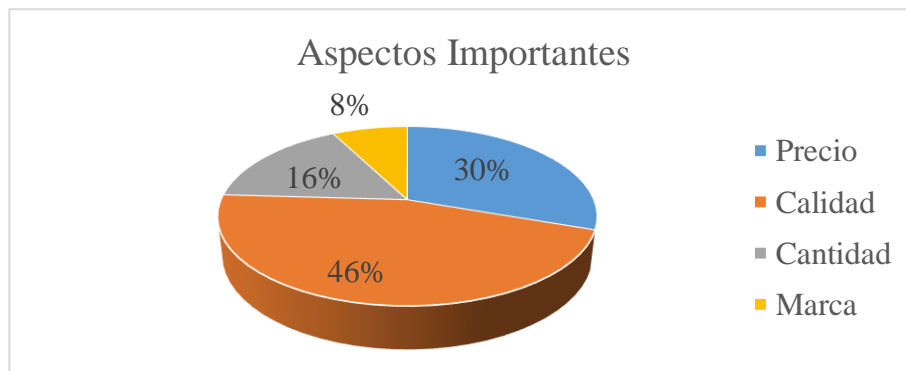


Gráfico 8 Aspectos importantes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Del total de la población encuestada nos manifiestan que el 46% de las personas toman muy en cuenta la calidad de producto, mientras que el 8% solo se fijan en la marca.

Análisis: De acuerdo a estos resultados podemos verificar que las personas en la característica que más le llaman la atención a la hora de adquirir su producto es la calidad por lo tanto la empresa debe enfocarse a brindar un producto de calidad que cumplan con las expectativas del cliente.

9. ¿De qué manera le gustaría que le llegue la información de las ofertas del producto?

Tabla 19 Medios de comunicación para la publicidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	14	4%
Internet	79	21%
Televisión	260	68%
Comercio	5	1%
Otras	24	6%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

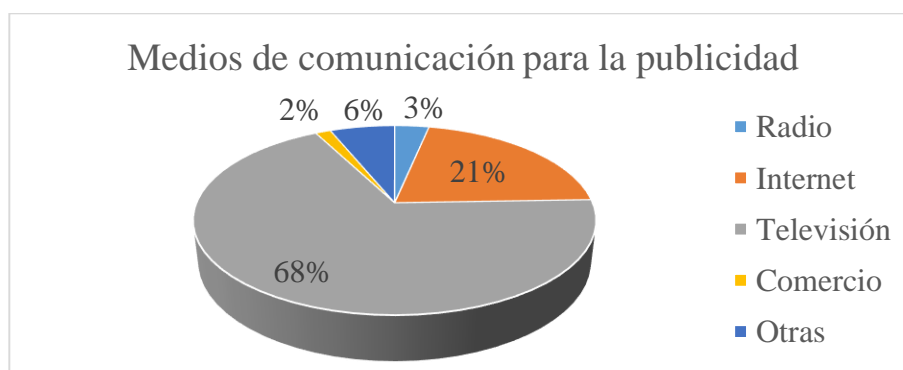


Gráfico 9 Medios de comunicación para la publicidad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: De acuerdo a los medios de comunicación podemos conocer que el 68% de la población manifiesta que le gustaría informarse por medio de la televisión y tan solo el 2% menciona que por medio de comercio.

Análisis: Mediante la aplicación de las encuestas y los resultados arrojados podemos conocer claramente que el medio de comunicación más adecuado para publicitar el producto es la televisión, siendo este el instrumento más utiliza por la población en sus tiempos libre.

10. **¿Cuánto paga por sus productos frutales como la papaya?**

Tabla 20 Disponibilidad de pago por las frutas como la papaya

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00 a \$2,00	226	59%
\$2,50 a \$3,00	151	40%
\$3,50 a \$4,00	5	1%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

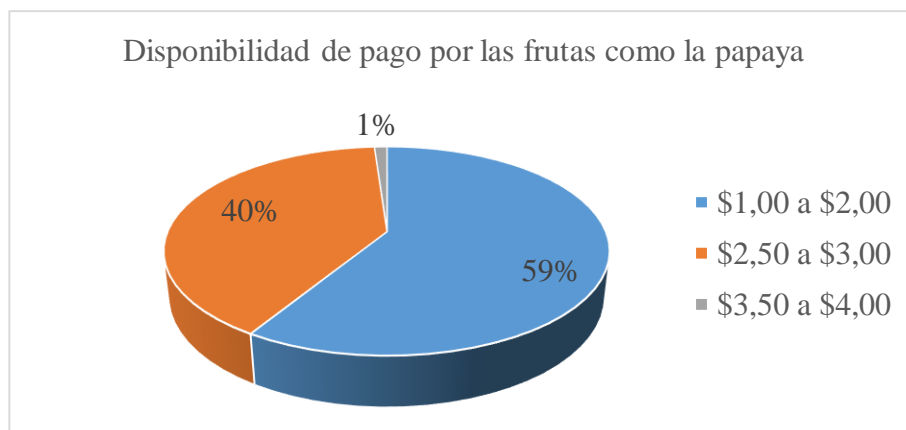


Gráfico 10 Disponibilidad de pago por la fruta como la papaya

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: De acuerdo a los datos arrojados por las encuestas realizadas podemos darnos cuenta que el 59% las personas constantemente han estado dispuestas a pagar de \$ 1, 00 a \$ 2,00 dólares por cada unidad de fruta, a diferencia del 1% que ha pagado un de valor de \$3,50 a \$ 4,00

Análisis: Mediante el análisis realizado a los resultados obtenidos de las encuestas podemos darnos cuenta un valor aproximado para colocar en el producto que se pretende llevar al mercado, ya que es importante conocer el valor aproximado que estaría dispuesto cada persona en pagar por el producto que se ofrece.

11. ¿En qué presentaciones le gustaría obtener el producto?

Tabla 21 Presentación del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
500 grs	183	48%
375 grs	138	36%
250 grs	61	16%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

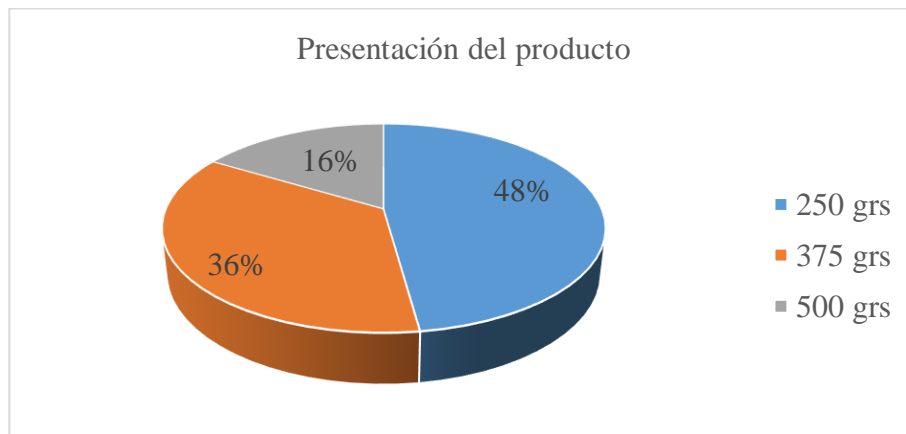


Gráfico 11 Presentación del producto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Con respecto a la presentación podemos observar que el 48% de las personas encuestadas prefieren su producto en la presentación de 500grs, mientras que el 16% de 250 grs.

Análisis: Mediante estos resultados conocidos podemos identificar las preferencias al momento de adquirir el producto. En cuanto a la presentación del mismo, lo que ayuda al presente proyecto a determinar el proceso productivo en cuando a la cantidad de productos en cada presentación.

12. ¿En qué presentaciones le gustaría obtener el producto?

Tabla 22 Gustos y preferencias de la presentación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Envase de cristal	160	42%
Envase plástico	127	33%
Envase metal	29	8%
Doy - pack	57	15%
Otros	9	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

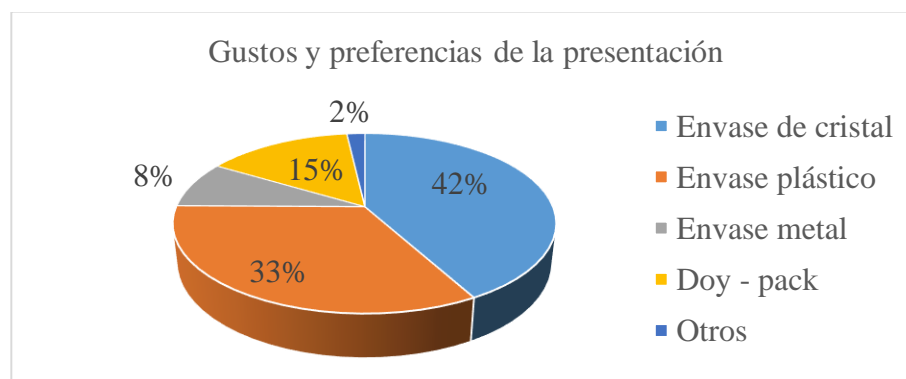


Gráfico 12 Gustos y preferencias de la presentación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Las encuestas desarrolladas con cada una de las personas nos han permitido identificar los gustos y preferencias con respecto al envase del producto ya que el 33% de las personas prefieren que los envases sean de cristal en cambio el 8% piensa que puede ser de metal.

Análisis: De acuerdo a estos datos podemos identificar las preferencias de las personas y enfocarnos como empresa a satisfacer estos gustos y necesidades, ya que estas características de presentación permitirán al proyecto determinar ciertos factores para una mejor presentación del producto.

1.3.2. Demanda potencial

Unida la población de la parroquia de Nanegalito y los pasajeros que pasan por este sector y se estacionan en los paraderos ubicados en la vía; y son el mercado objetivo para el proyecto de comercialización de dulce de papaya verde.

Para el año 2019 se tiene un mercado meta de 126.827,00 pasajeros aproximadamente. Sin embargo, no todos los vehículos se estacionan en la parroquia, por eso solo se ha considerado el 50% de los pasajeros para el proyecto.

Tabla 23 Mercado meta potencial para el consumo de dulce de papaya

Años	Población Nanegalito	Pasajeros que circulan en la Vía	Demanda 50%	potencial Mercado Meta
2010	3.026,00	230.048,00	115.024,00	118.050,00
2011	3.050,00	231.888,00	115.944,00	118.994,00
2012	3.074,00	233.743,00	116.872,00	119.946,00
2013	3.099,00	235.613,00	117.807,00	120.906,00
2014	3.124,00	237.498,00	118.749,00	121.873,00
2015	3.149,00	239.398,00	119.699,00	122.848,00
2016	3.174,00	241.313,00	120.657,00	123.831,00
2017	3.199,00	243.244,00	121.622,00	124.821,00
2018	3.225,00	245.190,00	122.595,00	125.820,00
2019	3.251,00	247.152,00	123.576,00	126.827,00

Fuente: (Hidroequinoccio, 2010)

Elaborado por: La Autora

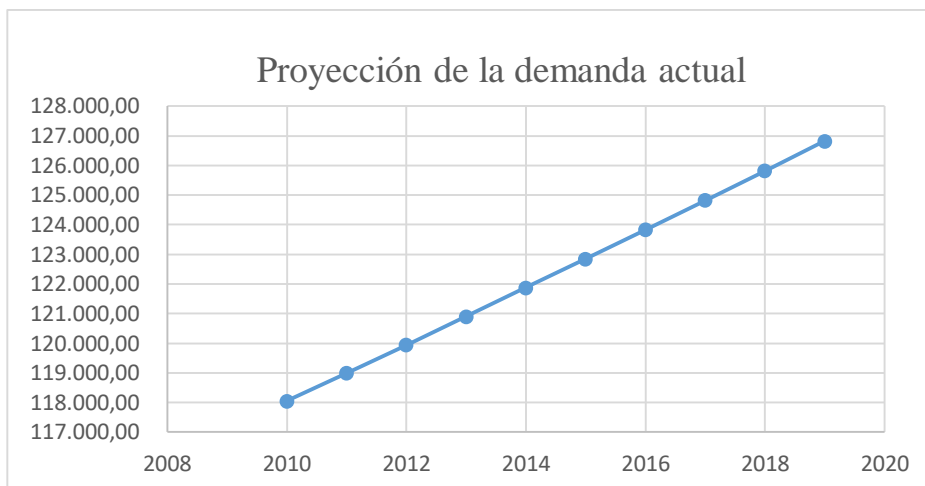


Gráfico 13 Proyección de la demanda actual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.3.3. Demanda proyectada

Para calcular la demanda proyectado para la parroquia de Nanegalito se fundamenta de la siguiente manera:

Tabla 24 Proyección de la demanda

Proyección n Años	Población Meta	Encuestas 89% dispuestos a adquirir Dulce papaya Personas	Precio referencial de una mermelada de papaya de 250 gramos a \$1,50
2020	113.012,00	100.581,00	150.871,50
2021	113.916,00	101.385,00	152.077,50
2022	114.827,00	102.196,00	153.294,00
2023	115.746,00	103.014,00	154.521,00
2024	116.672,00	103.838,00	155.757,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Se proyecta para cinco años, donde se evidencia una población para el año 2020 asciende a 113.012,00, y según la encuesta el 89% estaría dispuesto adquirir dulce de papaya y son 100.581,00 personas. Si estas personas adquieren una presentación de dulce papaya (referencial es la mermelada de papaya) a un precio referencial de 1,50 centavos. Entonces el valor requerido sería de \$150.871,50

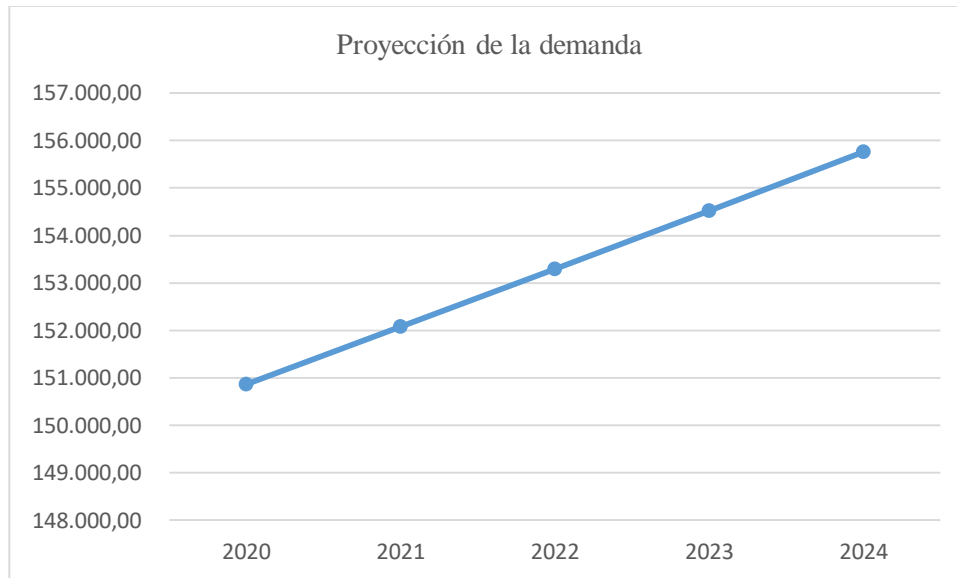


Gráfico 14 Demanda proyectada
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

La proyección de la demanda está representada con el número de habitantes y de los transeúntes que viajan por la vía Calacalí – Independencia (edades de 5 años hasta los 79 años) que representan el 80% de los consumidores potenciales.

1.4. ANÁLISIS DE MICRO Y MACRO AMBIENTE

1.4.1. Análisis del macro ambiente

Determinación de 5 fuerzas de mercado:

- El poder de la negociación de los diferentes proveedores.

- Tener la capacidad para negociar con los compradores asiduos y de las personas que lo van consumir una sola vez.
- Amenaza de ingresos con productos sustitutos.
- La posibilidad de amenaza ante nuevos competidores
- La rivalidad entre los competidores.



Figura 6 Las 5 fuerzas de Porter

Fuente: (Biolatto, 2001)

Elaborado por: (Biolatto, 2001)

Fuerza de negociación con los proveedores

La negociación con los proveedores hace referencia a la calidad de la materia prima que puede acceder para la elaboración del dulce de papaya, por ende, se va depender los proveedores y la relación con estos debe ser de la mejor para evitar el desabasteciendo.

Papaya verde

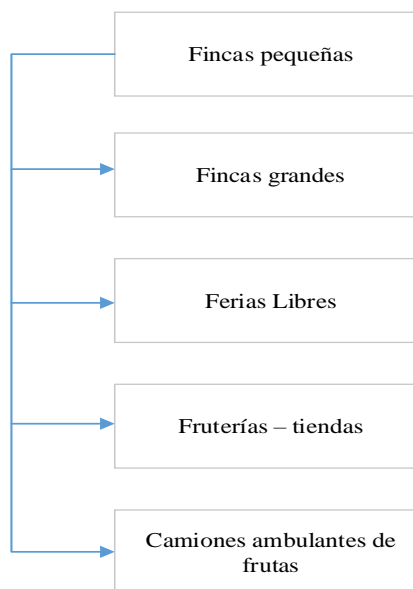


Figura 7 Fuerza de negociación con los proveedores

Fuente: <https://pixabay.com/es/images/search/papaya%20verde/>

Elaborado por: La Autora

Estrategias:

- Firmar un acuerdo de corto, mediano y largo plazo para el abastecimiento de papaya verde a un precio referencial.
- Pago por la compra de materia prima en un promedio de 15 días laborales.
- Administrar un stock de inventarios de papayas en la bodega.
- Cumplimiento de las fechas de entrega de la materia prima.

Poder de negociación con los clientes

El poder de negociación con los consumidores tiene una relación directa el vendedor del dulce de papaya verde.

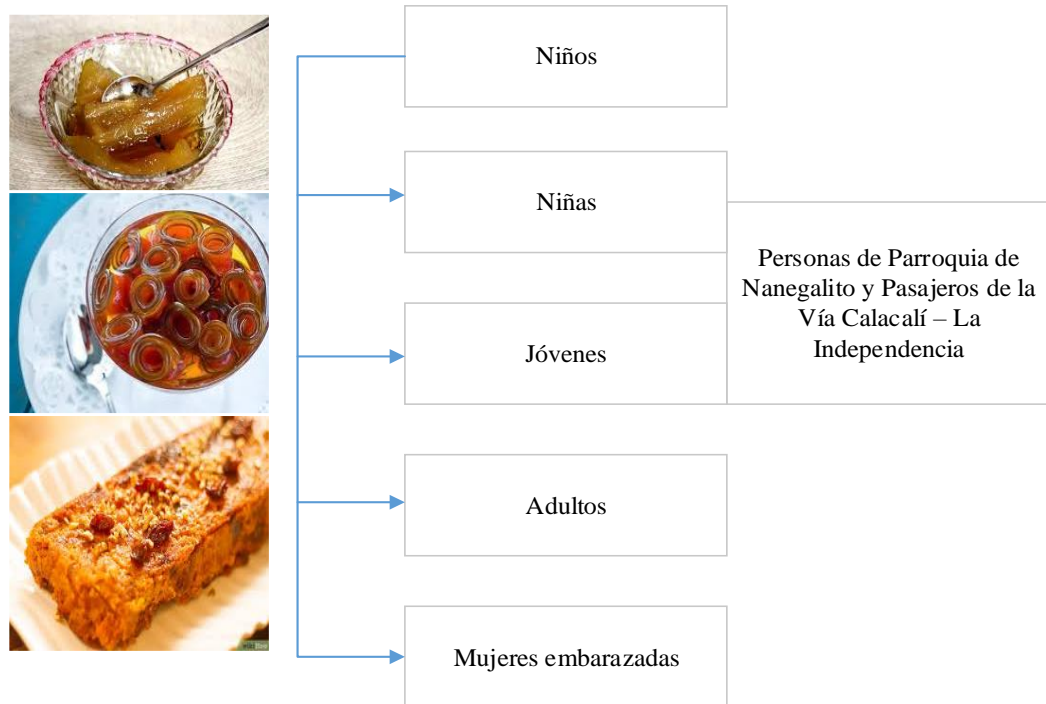


Figura 8 Poder de negociación con los clientes

Fuente: <https://www.google.com/search?q=imagenes+de+dulce+de+papaya>

Elaborado por: La Autora

Estrategias:

- Surtir el dulce de papaya para la gastronomía y siempre debe existir diferenciación.
- Dar seguimiento a los consumidores mediante encuestas vía online o en un estadio de campo.
- Aumentar la comunicación de los beneficios de la papaya
- Acercarse más a los clientes mediante ferias, charlas y otros espacios de comercialización.

Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos hace referencia a que los consumidores pueden optar otros productos a base de la papaya como son; las pulpas de frutas, enlatados, jugos, mermeladas y otros.

Productos de papaya



Dulce papaya verde



Figura 9 Amenaza de productos sustitutos

Fuente: <https://www.google.com/search?q=productos+sustitutos+de+la+papaya>

Elaborado por: La Autora

Estrategias:

- Fijar un precio igual o menor que los productos sustitutos.
- Estar preparada cuando exista una campaña agresiva de los productos sustitutos.
- Mantener siempre una publicidad sobre los beneficios del dulce de papaya
- Aumentar los canales de comercialización
- Incrementar las herramientas promocionales

Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de los nuevos competidores siempre hará una realidad cuando observen que el dulce de papaya sea un producto demandado por los consumidores; y ellos buscarán dar un valor agregado para competir en el mercado. Por aquello, las estrategias que debe considerar el promotor de esta idea es:

- Lograr rápidamente economías de escala en la elaboración de dulce de papaya
- Obtener tecnologías y conocimiento especializado
- Ganar mayor experiencia
- Conseguir mayor lealtad de los consumidores
- Patentar la marca y el producto

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores es muy fuerte en el mercado alimenticio a base la papaya. Entre las marcas más conocidas que distribuyen productos en la parroquia de Nanegalito son:

Tabla 25 Rivalidad entre competidores

Año	Proveedor	Dirección	Actividad
1	Enlatado de frutas	Carcelén	Elaboración de conservas de frutas
2	BTL Media	Av. Brasil y Zamora	Futas deshidratadas
3	Del Huerto	Calle de los Arupos y Av. Eloy Alfaro	Frutas
4	Frozen Tropic Cia. Ltda.	saac Albeniz E3-78 y Mozart	Puré, jugos, mermeladas
5	Mr. Freeze	Vía Pedro Vicente Maldonado	Frutas por kilos
6	Gemelagro	Av. M Còrdova Galarza Km 8	Conservas de frutas y empacado al vacío
8	Fruncosa S.A.		Fruta congelada
9	Exofruit S.A.		Fruta congelada
10	Agroficial S.A.		Fruta congelada
Total			

En: (Cornejo, 2015)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora



Figura 10 Presentaciones de frutas

Fuente: (Minimarket Nanegalito , 2018)

Elaborado por: (Minimarket Nanegalito , 2018)

Estrategias:

- Aumentar la calidad del dulce de papaya
- Igual o reducir los precios con los competidores
- Presentar nuevas características del dulce de papaya verde
- Incrementar la publicidad y promoción de las ventas.

1.4.2. Análisis del micro ambiente

A continuación, se detallará el análisis de los factores internos que intervienen en la empresa, mediante la matriz de evaluación de factores internos. Los valores de las calificaciones son los siguientes:

1= Menor debilidad

2= Mayor debilidad

3= Menor fuerza

4= Mayor fuerza

Análisis de Factores Incontrolables - Matriz EFI

Tabla 26 Análisis de factores incontrolables Matriz EFI

Factores internos claves	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas			
En la zona no existen empresas que se dediquen a la elaboración del dulce de papaya verde.	5%	3	0,15
Proporciona grandes beneficios curativos.	20%	4	0,8
Personal capacitado	5%	1	0,05
Infraestructura adecuada	5%	2	0,1
Duración del producto	15%	4	0,6
Debilidades			
Producto calificado con riesgo de acuerdo al semáforo nutricional	15%	3	0,45
No es acto para todas las personas (diabéticos)	10%	2	0,2
Lento crecimiento en las ventas por ser un producto nuevo en el mercado	5%	1	0,05
Publicidad comercial ineficiente	15%	3	0,45
Desconocimiento de los grandes beneficios curativos que proporciona en el ser humano	5%	3	0,15
Total	100%		3

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora**Análisis:**

Como podemos observar mediante los resultados obtenidos de la matriz de evaluación de factores internos donde nos indican que si el valor ponderado total está bajo de 2,5 lo que quiere decir que la empresa es débil internamente, mientras

que si se encuentra por encima de 2,5 nos indica que obtiene un enfoque interno fuerte siendo este un indicador de gran beneficio para la empresa, en este caso se obtuvo 3,00 lo que demuestra que la empresa dedicada a la elaboración del dulce de papaya verde es fuerte internamente.

Análisis de Factores Incontrolables - Matriz EFE

Tabla 27 Análisis de factores incontrolables Matriz EFE

Factores externos claves	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades			
Recursos para la continua capacitación en las diferentes áreas productivas	20%	4	0,8
Eficientes recursos económicos para la investigación	5%	2	0,1
Gran número de proveedores de materia prima	15%	4	0,6
Nuevas tecnologías de comunicación	5%	2	0,1
Continuo crecimiento de la demanda	5%	1	0,05
Amenazas			
Productos sustitutos	10%	2	0,2
Entrada de nuevos competidores	20%	4	0,8
La continua oferta que tienen las empresas en busca de ganar demanda de los clientes.	5%	1	0,05
Continuos cambios en las leyes laborales y tributarias	10%	2	0,2
Desempleo por la crisis que atraviesa nuestro país	5%	2	0,1
Total	100%		3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Mediante la elaboración de la matriz de factores externos podemos considerar que si el valor total se encuentra por debajo de 2.5 la empresa es débil externamente, mientras que esté por encima de 2.5 tendrá un enfoque externo fuerte, por lo tanto, podemos mencionar que la empresa ha obtenido un valor de 3,00 lo que nos indica que la empresa de dulce de papaya verde se mantiene fuerte externamente.

Matriz de Perfil Competitivo en relación al proyecto

Tabla 28 Matriz de perfil competitivo en relación al proyecto

Factores críticos para el éxito	Importancia ponderación	Vendedores ambulantes de la zona		Empresa Dulce Fruit Bomba		Restaurantes y tiendas	
		Clasificación Evaluación	Valor	Clasificación Evaluación	Valor	Clasificación Evaluación	Valor
Posicionamiento en el mercado	0,3	3	0,9	4	1,2	4	1,2
Producto de calidad	0,3	3	0,9	4	1,2	3	0,9
Variación en los precios	0,25	4	1	4	1	3	0,75
Lealtad de los proveedores de la materia prima	0,05	2	0,1	3	0,15	3	0,15
Poder económico	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Total	1		3,1		3,95		3,4

Nota: los valores de calificación son los siguientes 1- menor debilidad, 2- mayor debilidad, 3- menor fuerza y 4- mayor fuerza

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Mediante la matriz MPC se ha calculado en base a los sitios y formas de venta en la parroquia de Nanegalito, que ofrecen productos derivados de la papaya, teniendo como resultado mayor en la empresa Dulce Fruit con 3,95 siendo la mejor competencia para las tiendas y restaurant, que obtienen un valor de 3,4. Por el mismo hecho de ser un producto nuevo para el mercado

1.4.3. Proyección de la oferta

En la provincia de Pichincha existe al menos 18 empresas que están registrados en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), a eso hay que sumar los negocios pequeños que elaboran productos a base de frutas tropicales que involucran a la papaya.

A nivel nacional la producción en kilogramos de fruta procesada asciende a 2.288.000 según (Buñay & Grandes, 2015). Sin embargo, no toda la producción es para el consumo local, sino también es exportado a diferentes países del mundo, el 47% de la producción se distribuye a nivel nacional (2.280.000* 47%= 1.075.360 kilogramos); para asignar el total consumo se distribuye según el porcentaje de la población de la provincia de Pichincha (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2015), tiene un mercado del 33% a nivel nacional (1.075.360 * 33% = 354.869 kilogramos).

Tabla 29 Población que consume alimentos a base de frutas

Año	Consumo Nacional	Consumo 47%	local Pichincha 33%	Quito 91%
2.015	1.897.567,56	891.856,75	294.312,73	267.824,58
2.016	2.034.456,12	956.194,38	315.544,14	287.145,17
2.017	2.000.675,45	940.317,46	310.304,76	282.377,33
2.018	2.198.500,00	1.033.295,00	340.987,35	310.298,49
2.019	2.288.000,00	1.075.360,00	354.868,80	322.930,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Y según datos del INEC 2015 en la ciudad de Quito el 91% de la población consume alimentos a base de frutas dando un valor de 322.930,61 kilogramos de fruta procesada y de este porcentaje el 63% corresponde a las frutas tropicales dando 203.446,28 kilogramos. De los cuales el 32% corresponde a los de papaya (65.102,81 kilos); y se distribuye en la parroquia de Nanegalito un 15% (9.765,00 kilogramos).

Para la proyección de la oferta se ha considerado el precio referencial de la mermelada de papaya a un precio de \$1,50 de una presentación de 250 gramos; donde los 9.765 se multiplica por los 1.000 se obtiene en gramos (9.765.000 gramos) dividido para 250 gramos de las presentaciones se obtuvo 39.060 unidades de mermelada de papaya; y a un costo de \$1,50 se tuvo un valor de \$58.590 donde las industrias utilizan en promedio dos papayas de 500 gramos por kilogramo de fruta procesada que da igual 13.020,00 papayas; y por un valor de 0,30 centavos por cada papaya es igual a \$ 3.906,00

Tabla 30 Proyección de la oferta

Proyección Años	USD Papaya
2019 Año actual	58.590,00
2020	59.175,90
2021	59.767,66
2022	60.365,34
2023	60.968,99
2024	61.578,68

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

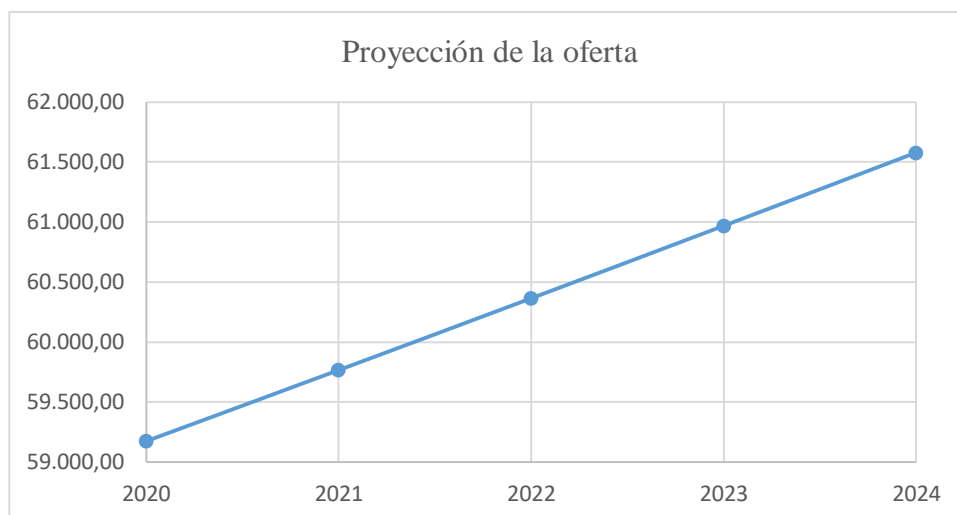


Gráfico 15 Proyección de la oferta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Para el año 2019 se estima una venta de \$58.590,00 dólares en promedio de comercialización de mermelada de papaya en la parroquia de Nanegalito. Para la proyección se consideró una tasa de inflación del 1% anual, dando para el 2020 un valor de \$ 59.175,90.

1.4.4. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la variable demanda y oferta de la dulce de papaya en la provincia de Pichincha. La capacidad del nuevo negocio a futuro tendría que fortalecer la producción para cubrir el mercado nacional; por ahora va ingresar con un nuevo sabor a base de papaya, sin descartar elaborar otros sabores que la competencia oferta.

Tabla 31 Demanda insatisfecha.

Proyección Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2020	150.871,50	59.175,90	91.695,60
2021	152.077,50	59.767,66	92.309,84
2022	153.294,00	60.365,34	92.928,66

2023	154.521,00	60.968,99	93.552,01
2024	155.757,00	61.578,68	94.178,32

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Según los datos en la tabla se evidencia que existe una demanda insatisfecha para el 2020 de \$91.695,60.

1.5. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Promoción del producto

Mediante las promociones de venta nos permitirá incentivar e incrementar consumidores en periodos de corto plazo.



Figura 11 Promoción del producto

Fuente: <https://elholandespicante.com/ingredientes/papaya-verde-inmadura/>

Elaborado por: La Autora

Y para el cumplimiento de estas acciones se realizará a través de las ferias que vienen realizando los gobiernos parroquiales en sus distintas festividades a fin de llegar a los potenciales nichos de mercado y puedan ser presentados a los consumidores finales.

Publicidad

Se utilizará diferentes estrategias de publicidad con el propósito que el producto pueda ser conocido por los consumidores, teniendo en cuenta que el mensaje impreso contenga un texto sencillo pero rápido de comprender, que contenga elementos sobre la felicidad familiar con lo que se reconozca el producto a ofrecer.

Además de la propaganda en los diferentes puntos de ventas como también es importante la ejecución de la publicidad y promoción de nuestro producto a través de una pequeña muestra gratuita a fin de que las personas puedan conocer y degustar el producto que se está ofreciendo, además se pretende crear una cuenta de Facebook ya que en la actualidad son los medios más utilizados para promocionar los productos.

Producto: Dulce de papaya verde

Marca: La empresa dedicada a la elaboración del dulce de papaya verde se llamará “Dulcefruit” al igual que su marca.

Slogan: Disfruta en familia con felicidad.

Plan de medios:

- Publicidad de valla



Figura 12 Publicidad de valla

Fuente: <https://www.agmmmedios.com/>

Elaborado por: La Autora

- Publicidad peatonal



Figura 13 Publicidad peatonal

Fuente: <https://es.foursquare.com/v/recoleta-mall/4d55a1b8611aa35d3c363739/photos>

Elaborado por: La Autora

- Publicidad en afiche



Figura 14 Publicidad en afiches

Fuente: <https://www.google.com/search?q=afiches+publicitarios+creativos>

Elaborado por: La Autora

1.6. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN

Los sistemas de distribución a realizar es el canal directo que es proyecto y consumidor final.



Figura 15 Sistema de distribución

Fuente: <https://www.google.com/search?q=dulce+de+papaya+verde>

Elaborado por: La Autora

Además de entregará el dulce de papaya verde a tiendas y restaurantes que existe en la parroquia de Nanegalito.

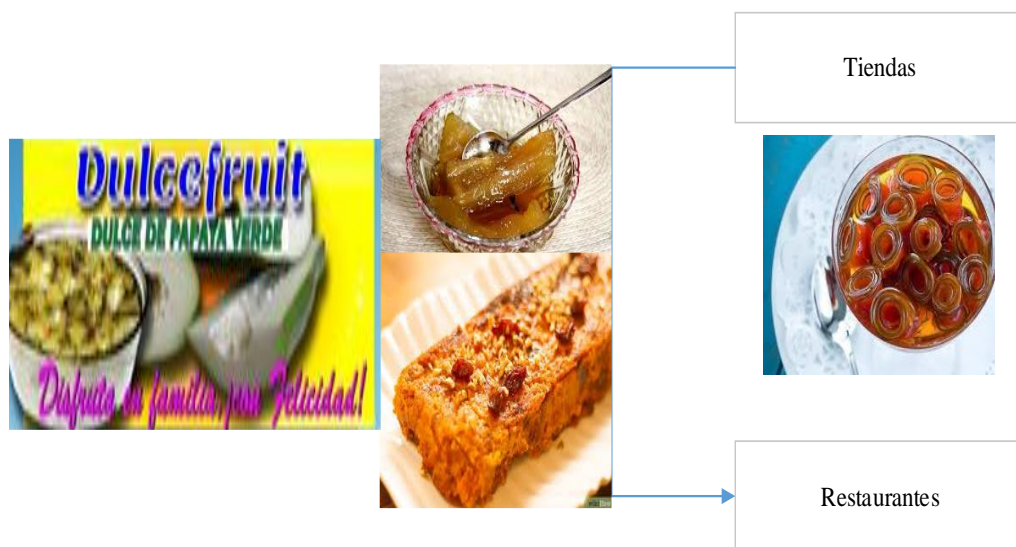


Figura 16 Distribución en tiendas y restaurante

Fuente: <https://www.google.com/search?q=dulce+de+papaya+verde>

Elaborado por: La Autora

1.7. SEGUIMIENTO DEL CLIENTE

Para dar seguimiento al cliente se utilizará las redes sociales como Facebook para recibir comentarios y los me gustas sobre el consumo del producto en la parroquia de Nanegalito, así utilizar esta herramienta que no tiene costo alguno, sino solo presentar información sobre el dulce de papaya verde.



Like de facebook

Figura 17 Seguimiento de clientes por red social Facebook

Fuente: <https://www.google.com/search?q=images+de+un+celular+en+facebook>

Elaborado por: La Autora

Además, se analizará la proyección de venta propuesta en el proyecto por las ventas reales realizadas en un periodo anual.

Dulce papaya verde



Proyección de
ventas



Figura 18 Proyección de ventas

Fuente: <https://plandenegociosperu.com/2020/03/proyectar-ventas-en-nuevos-negocios/>

Elaborado por: La Autora

1.8. MERCADOS ALTERNATIVOS

Los mercados alternativos que se quiere captar para la venta de dulce de papaya son los sectores de:

- Pacto
- Gualea
- Mindo
- Los Bancos
- El norte de la ciudad Quito

Una de las ventajas para que este producto sea aceptado en estos sectores sería que muchos de ellos algunas viajan por la vía Calacalí – La independencia y se estacionan en la parroquia Nanegalito degustarán de este producto.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Describir cada una de las operaciones de producción, para mejorar los procesos y por ende brindar productos de calidad al cliente desde su elaboración hasta la comercialización, mediante la utilización de maquinaria y los recursos humanos necesarios para dichas operaciones.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso de producciones es un sistema de operaciones que permite transformar la materia prima en un producto terminado, tomando en cuenta las mejores estrategias para la producción. De esta manera los productos de entrada, mediante la ejecución del proceso pasan hacer productos de salida, teniendo en cuenta el incremento en su valor.

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

Para la producción se pretende realizar el siguiente procedimiento utilizando la materia prima, materiales e insumos para la producción.

- **Recepción de la materia prima:** La recepción del producto se realizará los días lunes a partir de las 8:00 am, el proveedor deberá entregar la papaya en perfectas condiciones y tomando en cuentas los requisitos especificados por la empresa, a fin de evitar inconvenientes.
- **Selección:** Se procederá a la respectiva revisión de la fruta para evitar que esta se encuentre madura o demasiado tierna y que el tamaño esté de acorde a lo establecido, en caso de presentar alguna anomalía será devuelto al proveedor.
- **Lavado:** Se realizará mediante el uso de agua potable, a fin de eliminar bacterias, impurezas o cualquier otro tipo de elemento que pueda estar adherido a la fruta.
- **Secado:** La fruta deberá ser secada con paños absorbentes evitando dejar rastros de humedad para evitar su pronta maduración.
- **Almacenamiento:** La papaya verde es almacenada en bodega. Esta fruta deberá ser almacenada hasta un máximo de 6 días.
- **Despulpado:** Durante este proceso se busca quitar la cascará, pero esta actividad deberá ser realizado mediante el uso de una maquina específica para este trabajo, también se eliminarán las semillas de la fruta puesto que la pulpa será procesada.
- **Picado:** En esta actividad se pretende cortar la fruta en cuadritos homogéneos.
- **Mezcla:** Se añadirá los demás ingredientes para elaborar el dulce de papaya verde; es decir, azúcar, canela, agua, hojas de naranja y clavo de olor.
- **Cocción:** Se procederá a cocinar a fuego medio durante 20 hora a minutos, hasta que el almíbar espese ligeramente y el fruto este bien blandito y en el color adecuado.
- **Enfriamiento:** Se lo realizara mediante el uso de tinas de cemento con chorros de agua fría para que se dé el choque térmico.
- **Envasado:** El envasado se realizará a 80 °C en envases plástico de 250 gr.
- **Etiquetado y empacado:** La etiqueta será en papel adhesivo con el logo e indicaciones respectivas y se colocará en cada envase del dulce de papaya.

- **Almacenamiento:** El producto final se almacenará en sitios seguros y a una temperatura ambiente.

Normas de seguridad para la elaboración de dulce de papaya

Las normas básicas que se aplican en los procesos de producción de dulce de papaya es la siguiente:

Higiene y sanidad, las áreas de la planta donde se realizará el proceso para obtener la dulce de papaya deberán estar ordenadas, desinfectadas e higienizadas. Consiste en poner en su lugar todos los materiales y herramientas, limpiar residuos y suciedad presente desde las áreas más altas techo, paredes, puertas, rejillas e ir bajando hasta terminar con sifones y pisos, utilizando jabón, detergente o materiales que permitan ablandar la suciedad, enjuagar a fondo. Terminado con las áreas físicas se deben realizar el mismo proceso de higienización a los materiales y equipos que se utilizan para el proceso de extracción de la dulce de papaya.

Período de higienización, la limpieza de las áreas de trabajo y de materiales se debe realizar de forma permanente en la jornada laboral, de forma diaria se debe terminar la jornada laboral y realizar una limpieza de las áreas de trabajo y materiales para que el siguiente día se pueda continuar con el trabajo, y de forma semanal se realiza el proceso de higiene y sanidad completo.

Selección de la fruta, se deberá separar la papaya que estén en buen estado listas para el proceso de extracción de la fruta que se encuentra verde se debe almacenar en recipientes limpios y desinfectados a la temperatura adecuada y la fruta que se encuentre dañada, golpeada, partida o que presente algún tipo de hongo se debe almacenar en una funda de basura cerrada para ser depositada en la basura, para evitar que exista algún tipo de contagio de plagas.

Empacado y sellado, los materiales que se utilizarán para empaclar la dulce de papaya deben encontrarse sellados, almacenados en un lugar seco, lejos del contacto del personal, se debe utilizar guantes y únicamente abrir los empaques uno por uno para evitar el contagio de cualquier agente del ambiente.

Mapa de procesos

Si bien es cierto el mapa de procesos es una representación gráfica que nos permite identificar los diferentes procesos tanto estratégicos, operativos y de apoyo que deben seguir las diferentes organizaciones para una mejor operación en las diferentes áreas de producción. Esta es una de las razones por las cuales la empresa dedicada a la producción y comercialización del dulce de papaya verde diseña su mapa de procesos, a fin de desarrollar un excelente proceso productivo y por ende lograr satisfacer y necesidades de nuestros clientes.

El mapa de procesos es una representación gráfica que incluye una serie de procesos, distribuidos en los tres apartados descritos anteriormente: estratégicos, críticos y de soporte, que tiene como entrada los requerimientos del cliente y como salida su satisfacción (Andreu y Martínez, 2011). Debe tratarse de una representación sencilla que ofrezca una visión general y sirva de punto de partida para desplegar cada proceso con su diagrama de flujo, relacionando los diferentes subprocesos con los procesos a que afectan, creando representaciones que incluyan entradas, salidas, indicadores, etc.

Mapa de procesos: Producción y comercialización del dulce de papaya verde

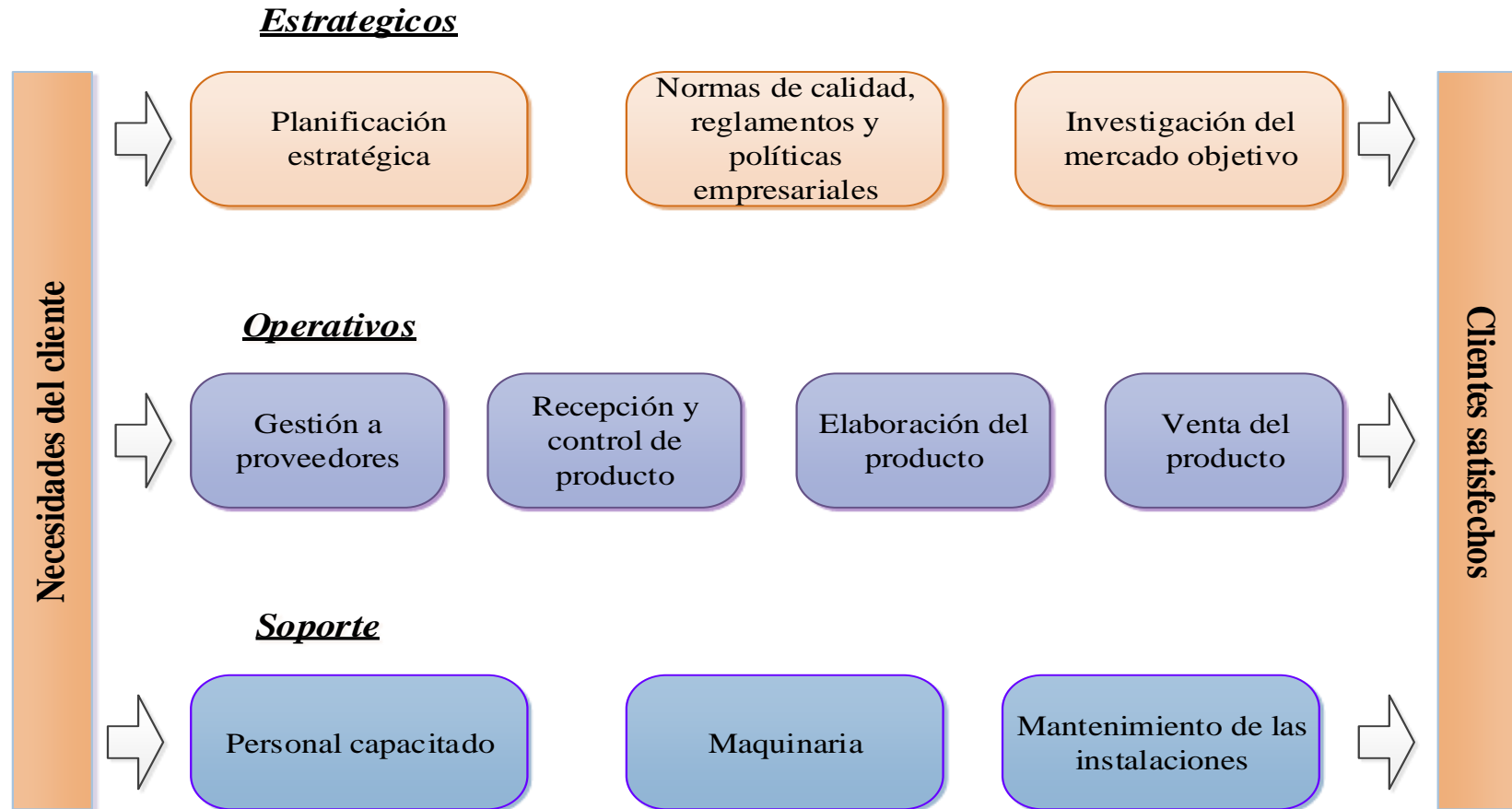


Figura 19 Mapa de procesos
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora.

Flujograma de proceso

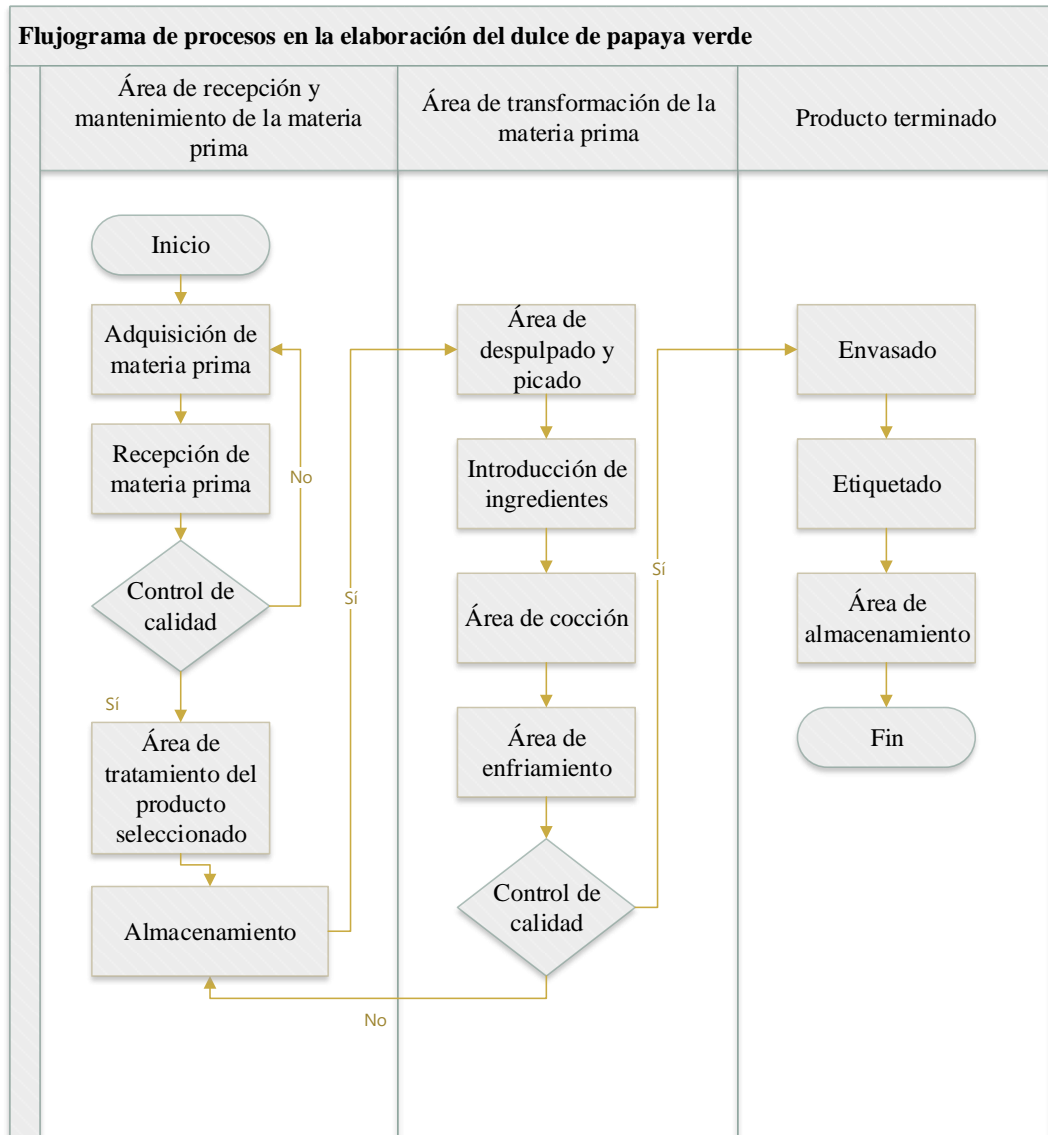


Figura 20 Flujograma de procesos

Fuente: (Carrasco, 2011)

Elaborado por: La Autora

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Instalaciones

La empresa de dulce dedicada a la producción y comercialización de dulce de papaya verde, estará ubicada en la parroquia de Nanegalito cantón Quito.

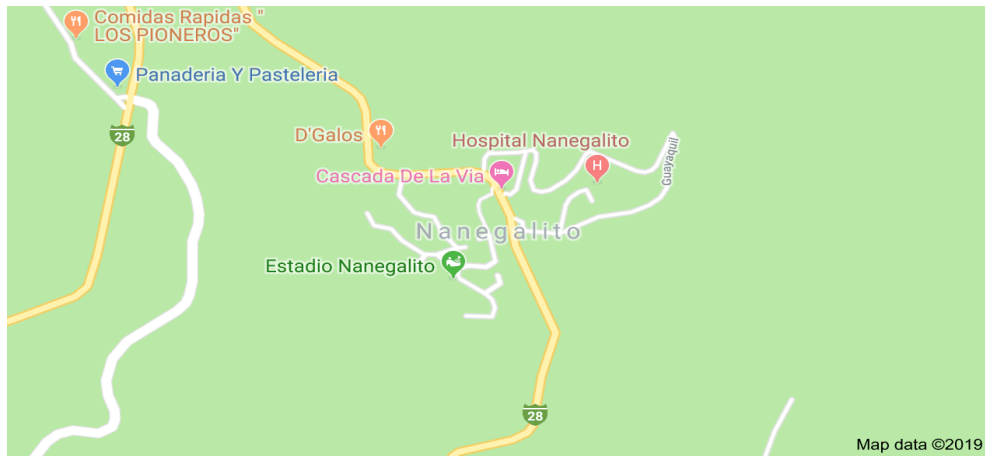


Figura 21 Ubicación de la empresa

Fuente: Gobierno del Cantón Quito (2015)

Elaborado por: Gobierno del Cantón Quito (2015)

Uno de los objetivos de la distribución de la planta es integrar todos los factores relacionados con la circulación del trabajo en la planta y flexibilidad en la ordenación de los equipos, ampliación de la infraestructura considerando el proceso de trabajo, versatilidad, incentivo y cualificación de la mano de obra (Muther, 2010)

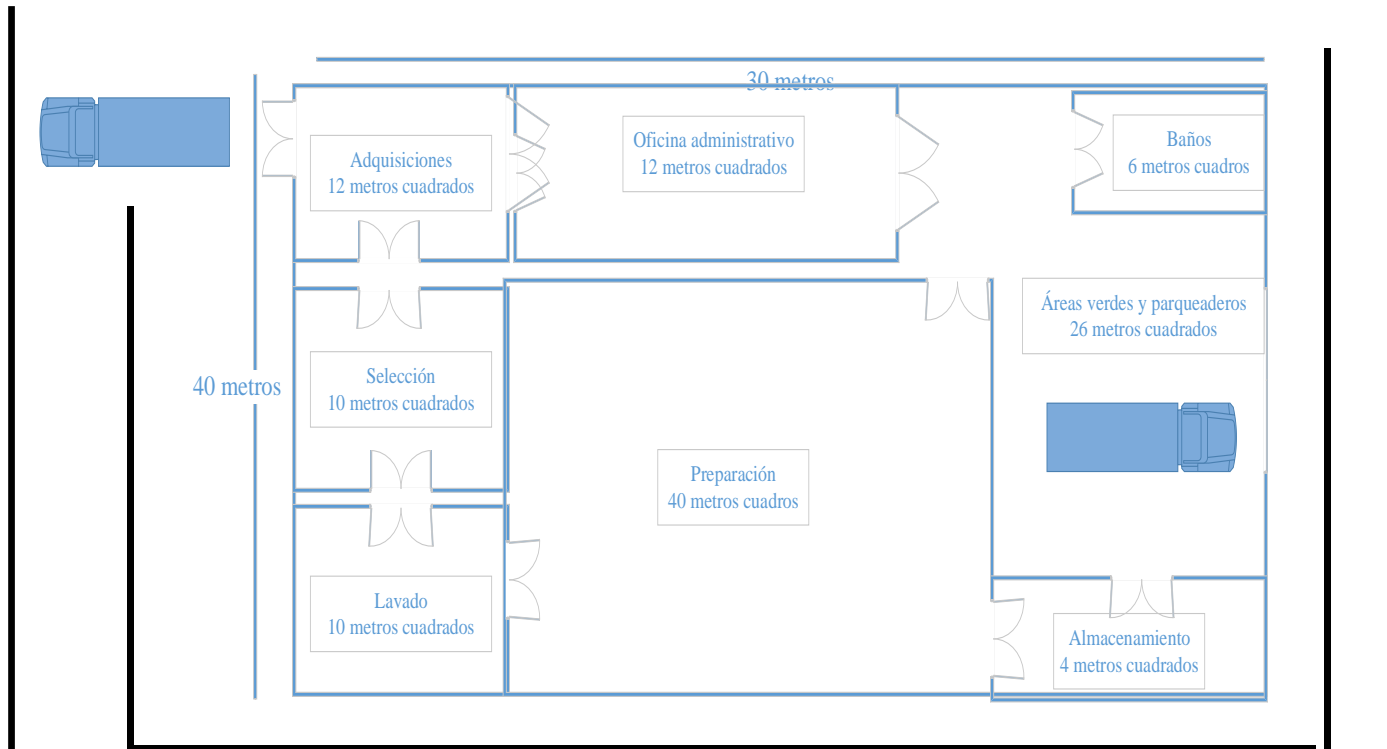


Figura 22 Distribución de la planta
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

A continuación, se describe cada una de las áreas del sistema de operación del negocio de producción y comercialización de dulce de papaya.

Área de recepción de materia prima

Se ubica en la entrada principal de la propiedad donde funciona el negocio, la misma debe estar diseñado para la recepción de materia prima (frutas) y otros insumos que se requiere para el proceso productivo, contara con un área de 12 metros cuadrados.

Área de ventas

Esta área permite recibir a los clientes y presentar los productos (dulce de frutas), específicamente muestras de cada sabor y tipo de frutas y contará con un espacio de 12 metros cuadrados.

Área administrativa

Esta junto al área de ventas, donde se ubica el gerente y el asistente contable. El mismo tiene conexión directa con el personal de ventas y cuenta con un área de 12 metros cuadrados.

Área operativa

Está compuesta por el área donde se clasifica, selecciona, limpia, desinfecta e incluso se lava la fruta antes de enviar al proceso, la misma que cuenta con un área de 20 metros cuadrados. Así mismo, el área se conecta al área de empaquetado y control de calidad. Además, tendrá un área de 40 metros cuadrados para la preparación del producto y una pequeña bodega para almacenar suministros, a esto hay que sumar el baño y vestidores para el personal que va laborar en el negocio, con un espacio de 6 metros cuadrados.

Área de almacenamiento

Es un área donde se ubica el dulce de papaya verde antes de ser comercializada y contará con un espacio de 4 metros cuadrados.

Área verde y parqueadero

La planta de producción también tendrá estacionamiento, área verde y un lugar para el reciclaje, el mismo que cuenta con un área de 26 metros cuadrados.

Descripción de equipos

Para la factibilidad del proyecto se va a requerir de los siguientes recursos:

Tabla 32 Muebles y enseres

Descripción	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Silla	1	60,00	60,00
Escritorio gerencial	1	100,00	100,00
Archivadores	1	60,00	60,00
Total			220,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Todos los valores que integran el rubro de muebles y enseres fueron analizados en el Mercado Libre Ecuador como, por ejemplo:

Tabla 33 Maquinaria y equipo

Descripción	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Balanza	2	38	76,00
Peladora de frutas automática	2	60	120,00

Medidor de pH	2	19	38,00
Cocina Industrial	1	150	150,00
Total			384,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

A continuación, se presenta las imágenes de la maquinaria y equipo:

Tabla 34 Equipos de computación

Descripción	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	1	420,00	420,00
Impresora	1	180,00	180,00
Total		600,00	600,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Descripción de la mano de obra requerida

Para el proceso productivo se necesitará del trabajo de dos operadores de maquinaria y de producción, y un supervisor quien será la persona encargada de guiar todos los procesos a realizarse.

Tabla 35 Mano de obra

Detalle – Actividades	Horas (Minuto) - Hombre
Pelado de papaya	15
Cocinado de papaya	20
Evaporación de la papaya	14
Endulzado de papaya	6
Envasado de papaya	5
Total	60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

El operador para elaborar 10 unidades de dulce de papaya de 500 gramos requiere de 1 hora o 60 minutos.

Formula: Sumatorio del total de horas hombre/ Número horas jornada.

60 minutos / 10 unidades = 1,667 minutos por unidad de dulce de papaya.

Análisis:

De acuerdo a la fórmula establecida se determina que existe la necesidad de dos personas a fin de cubrir las jornadas y actividades requeridas, tomando en cuenta que existe un espacio de tiempo libre para el supervisor el cual deberá ser utilizado para las respectivas investigaciones en la mejora del proceso o innovación de nuevos productos, con el objetivo de optimizar tiempo y recursos y de esta manera obtener una mejor calidad en los productos y buscar un mejor nivel de emprendimiento y por ende un mejor rentabilidad.

2.2.3. Tecnología a aplicar

Si bien es cierto al principio de la elaboración del dulce de papaya verde se lo realizará con equipos básicos, pero al tener un mayor crecimiento en la demanda se implementará maquinaria de mayor rendimiento a fin de mejorar los continuos procesos productivos.

Tabla 36 Tecnología a aplicar

Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costo
Es importante la implementación de equipos ya que cumpliría con dos funciones	Peladora de frutas	Marca: Fengxiang Dimensión: (L*W*H):70*80*180 cm	580,00

fundamentales, nos facilitaría mayor volumen de fruta pelada y a su vez picada	Material: SUS Capacidad: 10-15 fruta/h Peso neto: 9 Kg
Total	580,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de producción

Si bien es cierto en el proceso administrativo se podría encontrar factores tanto positivos o negativos en las decisiones que tome la alta gerencia.

Tabla 37 Ritmo de producción

Detalle – Actividades	Horas (Minuto) - Hombre	Papayas /Hora	Papaya /día	Dulce de papaya de 500 gramos
Pelado de papaya	15	40		160
Cocinado de papaya	20	papayas		unidades al día
Evaporación de la papaya	14	de 500 gramos	160 papayas	960 a la semana
Endulzado de papaya	6			49.920
Envasado de papaya	5			anuales
Total	60*2			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Las funciones y tiempos que cumplirán los dos operarios para el proceso productivo del dulce de papaya verde, trabajarán en un periodo mensual y se considera la carga horaria de trabajo de 8 horas diarias.

2.3.2. Nivel de inventario promedio

Para calcular el nivel de inventario se estimó de la siguiente manera:

La demanda insatisfecha para el 2020 es \$91.695,60 se divide para \$1,50 precio promedio 61.130 unidades de dulce de papaya o papayas de 500 gramos. Considerando la materia prima se determina en número de pedidos.

$$N = \frac{D}{Q} = \frac{61.130}{52 \text{ semanas}} = 1.176 \text{ pedidos de papaya /semana}$$

Si este valor es 1.176 papayas o dulces de papaya que se debería comercializar para cubrir toda la demanda insatisfecha. Sin embargo, se va iniciar captando al menos un 80% que es 49.920 unidades y a futuro se cumplirá con la meta del 100%.

2.3.3. Número de trabajadores

Tabla 38 Número de trabajadores

Nº Personas	Funciones	Fijos o variables	Consideraciones Particulares
2	Producción	Variable	Capacitados en el proceso productivo
1	Administrador	Fijo	Dirección del negocio
1	Vendedor	Fijo	Comercialización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Es necesario especificar que el contador solo prestara sus servicios temporales, obteniendo unos ingresos por prestación de servicios y las actividades que debe realizar es pagos de impuestos, lleve la contabilidad de la empresa y sea quien gestione los permisos de parte de los organismos de control como son ARCOSA, bomberos, medio ambiente y los permisos establecidos por los GAD parroquiales y GAD provinciales. También el contador será la persona quien verifique los pagos a los proveedores y personal que labora dentro del negocio.

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción hace referencia a cuantas unidades debe elaborar y comercializar los dulces de papaya verde.

2.4.1. Capacidad de producción futura

Año	Capacidad de producción futura
2020	49.920
2021	53.040
2022	56.160
2023	59.280
2024	62.400

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

La producción para el 2020 es de 160 unidades diarias, multiplicado por 6 días es 960 unidades y eso por 52 semanas llega a 49.920 unidades.

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Materia prima: para la elaboración del dulce de papaya verde se detalla los siguientes productos.

Tabla 39 Materia prima – Dulce de papaya verde

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Papaya	160,00	Unidad	0,3000	48,00
Agua	320,00	Litros	0,0003	0,10
Azúcar morena	80,00	Kilos	1,0500	84,00
Clavo de olor	8,00	Gramos	0,2000	1,60
Cascara de cítricos	80,00	Unidad	0,0050	0,40
Total				134,10
Total anual				41.839,95

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Para la producción diaria se requiere de 160 papayas de 500 gramos o ½ kilo a un precio de 0,30 centavos de dólar; 3.20 litros de agua con un costo de 0,10 dólares; 80.00 kilos de azúcar morena, 8.000 gramos de clavos de olor y cáscara de naranja sumando un valor de 134,10 dólares.

De acuerdo al volumen de producción que se necesite para la elaboración de dulce de papaya verde dependerá la adquisición de la materia prima, es decir de acuerdo a la demanda que exista del producto, así como también es importante el precio que el cliente esté dispuesto a pagar por el producto.

Se determina que la calidad de la materia prima principal es la papaya verde y por ende este producto sea de buena calidad, es por ello que se comprará a los mejores proveedores que sin duda alguna son propios de la zona noroccidental de

Pichincha, siendo personas conocedoras del mejor cultivo y del tiempo de cosecha a fin de obtener la mejor calidad del producto.

También es importante reconocer que esta fruta es muy apetecida en los mercados internacionales por lo cual Ecuador exporta toneladas de papaya, esta es una de las razones por las que muchas personas se dedican al cultivo de papaya con el objetivo de mejorar su calidad de vida familiar como de sus colaboradores. Es por ello que al tener la materia prima principal en nuestra provincia el emprendimiento a desarrollarse da la factibilidad del proyecto.

Tabla 40 Grado de sustitución

Materia prima	Grado de sustitución
Papaya verde	Babaco, naranja, mandarina , otros
Azúcar	Panela
Clavo de olor	Canela

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

- **Proveedores:** Asociación de Cunicultores

2.6. CALIDAD

Al ser una empresa que ofrece un nuevo producto al mercado, su diferencia con respecto a similares bienes es la calidad del producto que brinda a fin de cumplir las expectativas del cliente.

También es importante conocer que el producto busca cumplir en los futuros años los estándares de calidad para que pueda ser aprobado por las normas ISO, institución que permite el crecimiento de las empresas en el mercado comercial.

2.6.1. Método de Control Interno de Calidad

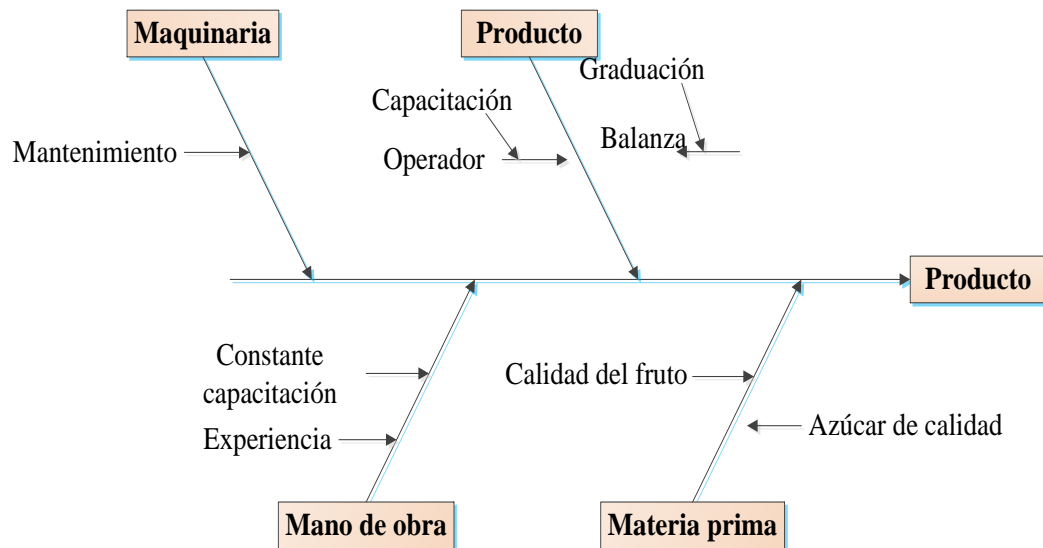


Figura 23 Método de Control Interno de Calidad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Mediante este método de control me permitirá conocer todas las causas que conllevan a un problema, determinado todos los factores que involucran la realización de los procesos.

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos

- a) El Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito (2016), emite los siguientes requisitos que el responsable técnico del sistema contra incendios debe acercarse a las oficinas del área técnica:

- Formulario Declarativo de Ocupación firmado por el Propietario del Proyecto en el siguiente link: Declarativo Área Técnica (se verificará las firmas de validación)
- Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.
- Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P.
- Copia de los planos SCI aprobados y sellados.

b) El día de la inspección el profesional responsable debe entregar al analista técnico lo siguiente, siendo obligatorio la entrega de todos los documentos:

Entregar el momento de la inspección:

- Certificado de instalación del sistema de detección y alarma en conformidad con NFPA 72.
- Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
- Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista.
- Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
- Certificado de las Pruebas de Presión o hermeticidad del sistema de supresión con agua.
- Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras.
- Certificado de Instalación de Pararrayos.
- Registro fotográfico del Sistema contra Incendios
- Notificación de modificación de Visto Bueno de Planos CBDMQ-ISO-R-27 (Si aplica).

c) El analista técnico realizará la inspección a la edificación en un plazo de 4 días laborables previa coordinación con el usuario.

d) El analista técnico será atendido dentro de 15 minutos máximo de la hora programada de la inspección, caso contrario se retirará del lugar.

e) Si en la inspección se verifica que la instalación cumple las condiciones de prevención de incendios se emite el permiso de ocupación al siguiente día laborable de la inspección.

f) Si la inspección no es favorable el usuario deberá realizar las correcciones respectivas en la edificación y reiniciar el proceso, el cual será notificado a su correo electrónico.

Registro Sanitario y permiso de funcionamiento

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Solicitud para permiso de funcionamiento-Planilla de Inspección: (2019)

- Copia del RUC del establecimiento-Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.-Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioquímico – opcionalimentos) en caso de industria, mediana y pequeña industria.
- Copia del registro del título en la SENESCYT
- Listado de productos a elaborar-Flujograma de Proceso, por línea de producción.-Copia del certificado del curso de Buenas Prácticas de Manufactura.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito).

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

- Determinar las estrategias que influyen en el direccionamiento estratégico de la empresa, para verificar que estos se cumplan de acuerdo a los objetivos establecidos.
- Evaluar la estructura organizacional y funcional de la empresa.
- Identificar las funciones y procedimientos del personal.

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Misión de la empresa

La misión de la empresa DULCE FRUIT será: “Producir y comercializar dulce de papaya de excelente calidad, a través de un grupo de trabajo organizado, que busca suplir las necesidades de consumo alimenticio de manera ágil, mejorando continuamente los procesos.

3.2.2. Visión de la empresa

La visión de la empresa DULCE FRUIT, será: “Ser una microempresa líder a nivel nacional en la producción de dulce de papaya como producto alimenticio natural para el consumo diario en la dieta familiar, con el fin de sustentar las inversiones y gastos durante los próximos cinco años.”

3.2.3. Objetivos y estrategias

FODA

Es una herramienta estratégica empleada en las empresas para identificar y evaluar las cuatro variables principales de la empresa: las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El objetivo principal es identificar los planes estratégicos para alcanzar las metas propuestas.

Tabla 41 FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. En la zona no existen fábricas que se dedique a la elaboración del dulce de papaya verde. 2. Infraestructura adecuada. 3. Precios accesibles. 4. Cuenta con equipo y maquinaria necesaria para la producción. 5. Control en los diferentes procesos productivos. 6. Programas de capacitación para todo el personal de la empresa 7. Buen trato a los clientes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con tecnología de punta. 2. Falta de recursos financieros. 3. Poca experiencia en el mercado. 4. Dependencia de los proveedores para la materia prima. 5. Ineficiente conocimiento en las personas sobre el producto. 6. Falta de recursos para publicidad.
Oportunidades	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gran producción de la fruta en la zona. 2. Acuerdos con los proveedores de la materia prima. 3. Financiamiento por parte el gobierno para los nuevos emprendimientos. 4. Acogimiento del producto por parte de las personas que consumen productos naturales y beneficiosos para la salud. 5. Apoyo de las grandes cadenas de supermercados para la distribución del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la planta e innovar los productos para aumentar las ventas. (F4, O3) • Incrementar otros puntos de venta para que los clientes reconozcan el producto en el mercado. (F1, O5) • Fidelización de los clientes y posicionamiento en el mercado por los beneficios y la calidad del producto. (F7, F4, O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer acuerdos con varios proveedores para no depender de uno. (D3, O2) • Apoyarse en las grandes cadenas de supermercados para tener experiencia en el mercado. (D3, O5) • Tomar los financiamientos que impulsa el gobierno para cubrir los costos y gastos que se presenten. (D2, D6, O3)
Amenazas	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrada de competidores. 2. Cambio de nuevas políticas y leyes de estado. 3. Cambios en las ordenanzas municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con el ingreso de nuevos competidores al mercado, el personal se capacitará mejor en temas actuales. (F6, A1) • Con los cambios en las políticas y leyes se logrará asignar precios accesibles. (F3, A2) 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia puede reducir las ventas si el personal es capacitado y cuenta con mayor conocimiento sobre el producto. (D5, A1)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Objetivos. - Son conocidos como los resultados que la empresa desea alcanzar en un tiempo determinado.

Estrategias. - Son aquellas acciones que se debe realizar para que se logren los objetivos.

Políticas. - Son normas o leyes que condicionan la forma que se desarrollan las estrategias y se logran los objetivos.

Los objetivos que se desean alcanzar a futuro son los siguientes:

1. Fortalecer el desarrollo organizacional para alinear las estrategias a los objetivos mediante utilización de la mejora continua en un periodo de un año

Políticas.

- Los ingresos de la materia prima deben tener registro con respaldo en archivo.
- Debe existir una planificación detallada con tiempos.
- Toda decisión debe ser analizada antes de aprobarla.
- Todo documento debe tener nombre y firma de responsabilidad e incluso la fecha.
- El personal debe ser capacitado mínimo una vez el mes.

Estrategias.

- Realizar manuales de funciones y procedimientos del personal.
- Tener control de costos de producción y gastos de venta.
- Optimizar el manejo de recursos.

2. Incrementar las ventas para tener mayor participación en el mercado mediante estrategias de marketing digital en un periodo de 12 meses.

Políticas.

- Manejar precios accesibles para que los clientes adquieran el producto.
- Los pedidos se entregarán en los tiempos establecidos.
- Utilizar mejor publicidad para que los clientes conozcan las características del producto.
- Manejar estrategias de neuromarketing.

Estrategias.

- Aumentar la maquinaria para cubrir la demanda del producto.
 - Determinar otros canales de distribución.
 - Analizar las necesidades del mercado objetivo.
3. Fortalecer las competencias de los empleados para garantizar la producción mediante estrategias de reconocimiento, liderazgo y motivación.

Políticas.

- El horario de trabajo será de 8 horas diarias de lunes a viernes.
- Las capacitaciones serán dentro del día y horario laboral.
- Los costos de la capacitación serán cubiertos por la empresa.
- El personal debe asistir obligatoriamente a todas las reuniones.
- El personal puede expresar la opinión sobre el trato o desempeño que realiza en su área de trabajo.

Estrategias.

- Realizar capacitaciones de temas relevantes periódicamente.
 - Establecer incentivos que impulsan el desarrollo del personal
 - Realizar actividades de integración para mejorar el trabajo en equipo.
 - Hacer reconocimientos públicos cada mes del personal.
4. Incrementar tecnología para garantizar la calidad y aumentar la productividad del dulce de papaya en el mercado en un lapso de dos años.

Políticas.

- Se evaluará las propuestas de los proveedores de maquinaria.
- Realizar un informe mensual de los procesos productivos.
- Avisar con tiempo prudente el daño de la maquinaria para solucionar inmediatamente y no se retrase procesos productivos.

Estrategias.

- Evaluar propuestas tecnológicas para mejorar la maquinaria.
 - Revisar las propuestas de financiamiento de las instituciones financieras
 - Realizar frecuentemente mantenimientos preventivos y correctivos a todos los equipos y maquinarias.
5. Incrementar el mercado de consumidores de dulce de papaya mediante un estudio de mercado que va a tener una duración de 6 meses.

Políticas

- Revisar propuestas bancarias y elegir la mejor alternativa.

- Manejar mejor la publicidad para promocionar el producto.
- Realizar informes mensualmente sobre el funcionamiento de la maquinaria y observaciones en general.

Estrategias

- Evaluar el mercado actual.
- Analizar las necesidades de los clientes
- Tomar en cuenta las sugerencias de los clientes.

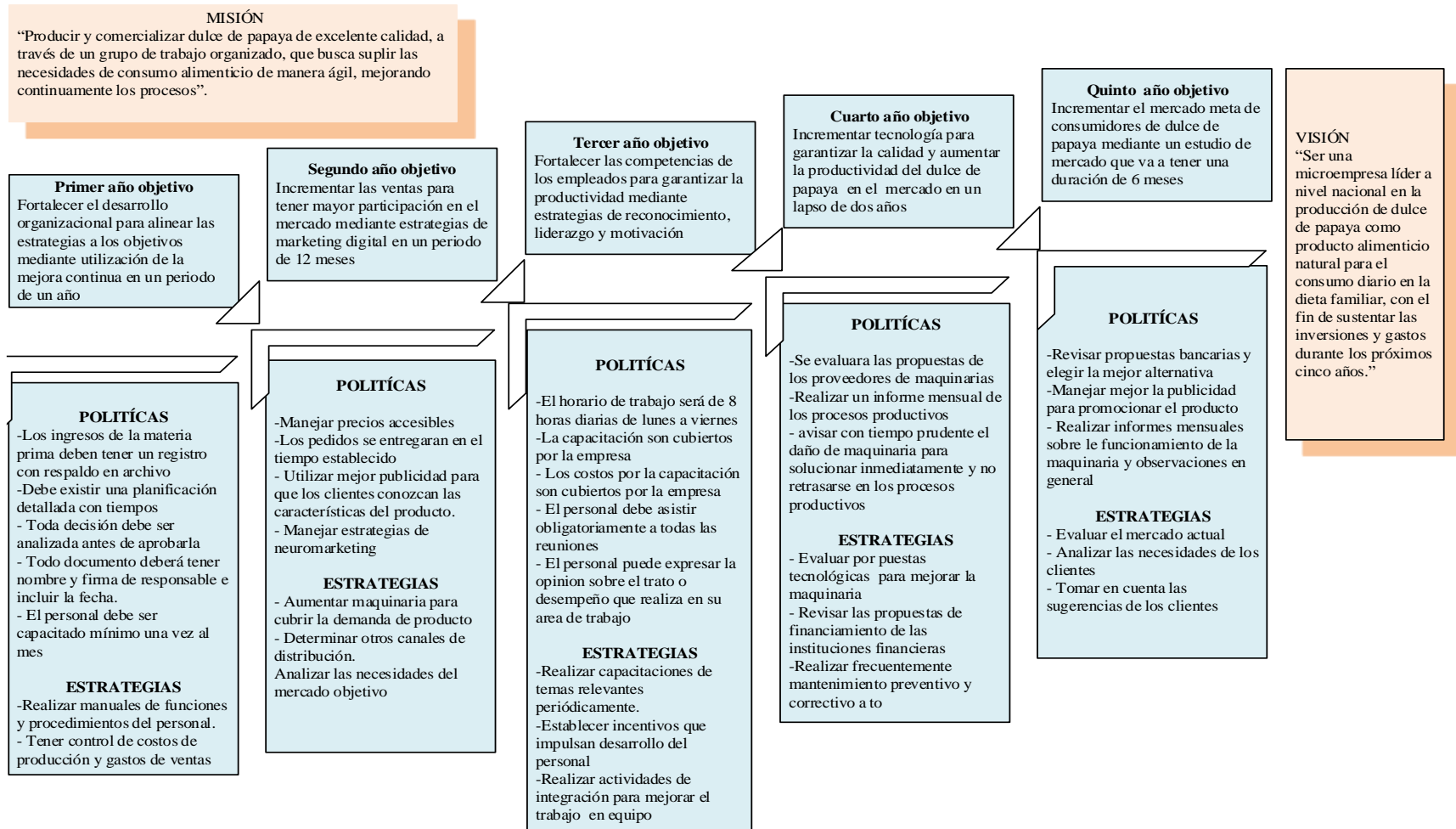


Figura 24 Objetivos estratégicos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1. Organización interna

La estructura organizacional define el orden jerárquico de toda empresa, parte desde la gerencia como nivel principal, jefes de áreas o departamentales como nivel medio y los operarios como nivel final de toda persona que contribuyen con el fin de cumplir el objetivo de funcionamiento de la empresa u organización.

La estructura organizacional que se identificó para la implementación de la microempresa de extracción y comercialización de dulce de papaya, que le permitirá establecer la asignación de responsabilidades y funciones a todos los trabajadores de la planta para el correcto desarrollo de sus actividades.

EMPRESA “Dulce Fruit”

Organigrama Estructural

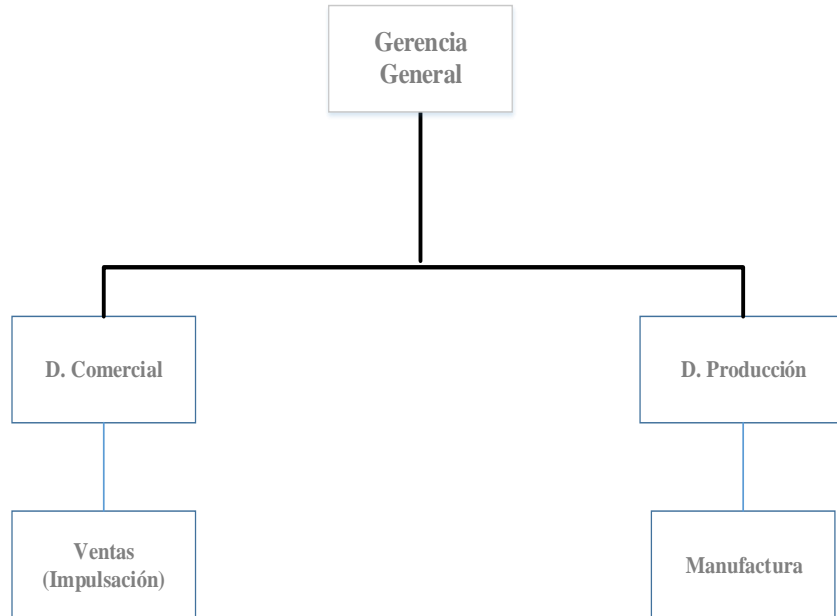


Figura 25 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro de referencias		
Autoridad		Elaborado por: Mónica Pozo Fecha: 27- 05-2020
Relación de mando		

EMPRESA “Dulce Fruit”

Organigrama Funcional

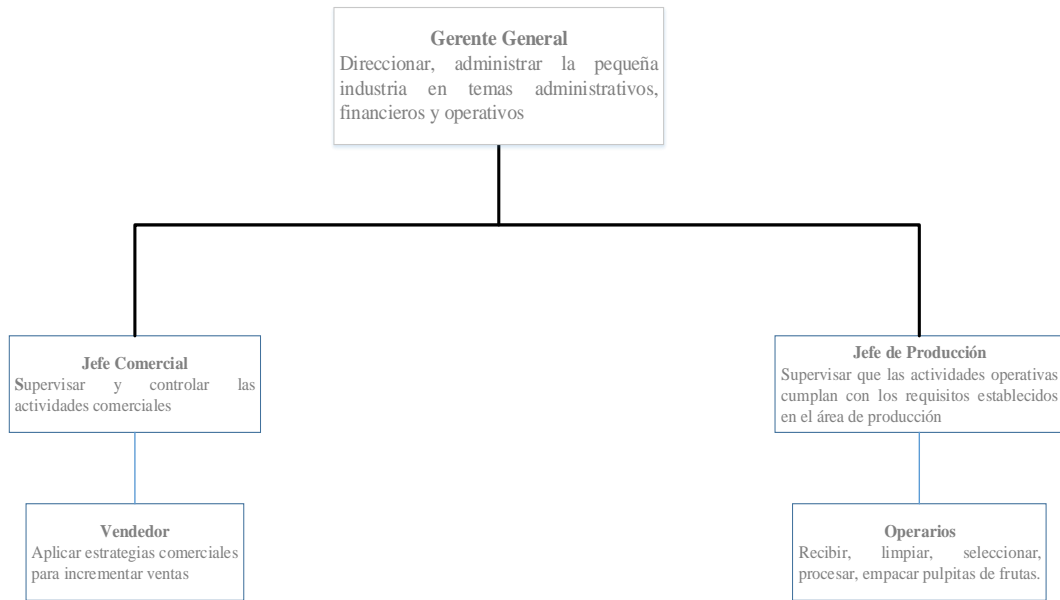


Figura 26 Organigrama Funcional

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro de referencias		
Autoridad		Elaborado por: Mónica Pozo Fecha: 27- 05-2020
Relación de mando		

3.3.2. Descripción de puestos

Manual de funciones y responsabilidades

El manual de funciones y responsabilidades consiste en regular y organizar la estructura organizacional de una empresa, a través de normas, funciones y obligaciones que cada uno de los cargos identificados debe cumplir en base a las labores cotidianas identificadas en el funcionamiento de las empresas.

El manual de funciones y responsabilidades de la microempresa de extracción y comercialización de dulce de papaya, tendrá una guía metodológica que servirá de instrumento a los trabajadores, para que tengan conocimiento de las funciones, tareas y actividades que deberán realizar dentro de la planta, para lo cual se propone el siguiente manual:

MANUAL DE FUNCIONES

DULCE FRUIT

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Denominación del Cargo:	Gerencia
Dependencia:	Área administrativa
Reporta:	Ninguno
Supervisa:	Todas las áreas
Número de Cargos:	Uno (1)

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Es la persona encargada de dirigir, gestionar y administrar la microempresa, además se encarga de la toma de decisiones en conjunto con el personal para que su rentabilidad se mantenga en el corto, mediano y largo plazo.

III. FUNCIONES

1. Establecer objetivos, políticas y estrategias para el buen funcionamiento de la microempresa.
2. Planificar y establecer metas a corto, mediano y largo plazo, basado en los objetivos de la planificación anual.
3. Socializar a los jefes departamentales la planificación.
4. Monitoreo y control del desarrollo, desempeño y cumplimiento de los objetivos y metas establecidas en cada una de las áreas de la microempresa.
5. Priorizar las necesidades de personal requerido, reducir el nivel de incomodidad y ofrecer un ambiente de trabajo agradable
6. Organizar y administrar la microempresa a través de la optimización de los procesos, procedimientos y funciones.
7. Representar a la microempresa ante los estamentos internos y externos.
8. Identificar oportunidades de manera interna y externa en el mercado que le permita a la microempresa ser más competitivos.
9. Incentivar el trabajo en equipo, organizar las funciones en cada departamento para evitar la duplicidad de actividades y funciones, y así mejorar el proceso productivo de la dulce de papaya.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Requisitos de Formación:	Tercer Nivel en Administración de Empresas, Contabilidad, Marketing, Economía, Control de Calidad.
Requisitos de Experiencia:	Cuatro (4) a cinco (5) años de experiencia profesional relacionada.
Aptitudes:	Responsabilidad, trabajo en equipo, organizado, colaborativo, motivador y liderazgo.
Indicador:	Metas logradas en la administración de empresas, utilidades reflejadas en el presupuesto anual y cultura organizacional.

Firma de Responsabilidad

Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES

DULCE FRUIT

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Denominación del Cargo:	Operario de producción
Dependencia:	Departamento de Producción
Reporta:	Gerencia
Supervisa:	Ninguna
Número de Cargos:	Dos (1)

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Preparar, extraer, conservar y almacenar dulce de papaya. Organizar y planificar la capacidad de producción de la planta en base a la demanda del mercado.

III. FUNCIONES

1. Establecer metas de producción.
2. Analizar el proceso de preparación de la fruta.
3. Fijar el procedimiento y responsabilidades de los operarios en la planta.
4. Determinar estándares de calidad del producto.
5. Establecer indicadores de efectividad de producción.
6. Entregar informes a la gerencia.
7. Establecer el proceso para la extracción y elaboración de dulce de papaya.
8. Determinar la cadena de valor para identificar entradas y salidas en el proceso de producción de papaya
10. Diseñar un cronograma de capacitación continua del personal de la planta de producción.
11. Revisar y evaluar de forma continua el proceso de producción de la planta y corregir posibles errores.
12. Socializar y alinear los objetivos de producción al resto de áreas de la planta

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Requisitos de Formación:	Bachiller como mínimo
Requisitos de Experiencia:	No requiere experiencia
Aptitudes:	Responsabilidad, trabajo en equipo, motivación y trabajo bajo presión.
Indicador:	Número de unidades producidas

Firma de Responsabilidad

Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES

DULCE FRUIT

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Denominación del Cargo:	Asistente Financiero – Contador – Analista de Compras
Dependencia:	Departamento Contable
Reporta:	Gerencia
Supervisa:	Contador y Analista de Compras
Número de Cargos:	Uno (1)

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Planificar ejecutar y entregar la información financiera de manera oportuna. Proponer políticas, estrategias para la adquisición de materias primas e insumos, registro del proceso contable en el sistema informático, elaborar y entregar informes a la gerencia.

III. FUNCIONES

1. Definir actividades y responsabilidades del Agente de Compras y Contador.
2. Controlar que se ejecute y cumpla el cronograma de trabajo del área contable.
3. Establecer objetivos, políticas, metas e indicadores para el desempeño de funciones y actividades del área contable.
4. Elaborar y entregar informes y estados financieros a la gerencia, para la evaluación para que sean de ayuda para la toma de decisiones de la microempresa.
6. Mantener la información de proveedores y clientes en una base de datos.
7. Elaborar el presupuesto para cada actividad que se ejecute de forma interna y externa en la microempresa.
8. Elaborar el cronograma del mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos informáticos y de la maquinaria de la planta de la microempresa.
9. Revisar los informes entregados por el Agente de Compras y el Contador, unificar la información para la posterior entrega a la gerencia.
10. Mantener informados de todo el proceso contable a la gerencia y una comunicación oportuna con los jefes departamentales de la microempresa.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Requisitos de Formación:	Tercer Nivel en Contabilidad, Finanzas, Ing. Comercial, Ing. en Auditoría y carreras afines.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) a tres (3) años de experiencia profesional relacionada.
Aptitudes:	Responsabilidad, trabajo en equipo, honradez y principios de ética.
Indicador:	Pagos a tiempo y mantener las finanzas ordenadas

Firma de Responsabilidad

Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES

DULCE FRUIT

I. INFORMACIÓN BÁSICA

Denominación del Cargo:	Venta
Dependencia:	Departamento de Comercialización
Reporta:	Gerencia
Supervisa:	Ventas
Número de Cargos:	Uno (1)

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Proveer, planear, organizar, integrar y controlar el stock de productos y las ventas diarias. Administrar inventario, emitir informes de ingresos y egresos de materia prima e insumos Identifica nichos de mercado y colocación del producto.

III. FUNCIONES

1. Establecer la planificación de comercialización, acorde con los objetivos de la microempresa.
2. Analizar las necesidades de clientes y proveedores en el mercado.
3. Realizar un plan estratégico de mercado que opere en ambientes de mercado diferentes.
4. Analizar la demanda de dulce de papaya como producto alimenticio en el mercado.
5. Planificar períodos de promoción y publicidad para dar a conocer el producto en el mercado.
6. Establecer futuros escenarios de mercado a través del análisis del entorno.
7. Establecer un plan de descuento personalizado por tipo de cliente, cantidad adquirida, frecuencia de compra, etc.
8. Definir planificación y estrategias de comercialización.
9. Representar a la empresa en las reuniones de negocios con clientes y proveedores.
10. Socializar los objetivos de comercialización al personal de la planta.
11. Alinear los procesos y procedimientos de la comercialización con los objetivos establecidos en la microempresa.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Requisitos de Formación:	Bachiller
Requisitos de Experiencia:	Uno (1)
Aptitudes:	Trabajo en equipo, responsabilidad, motivador y trabajo a presión.
Indicador:	Número de fundas de dulce de fruta y número de clientes satisfechos.

Firma de Responsabilidad

Gerente General

3.4. CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1. Indicadores de gestión

Áreas	Indicadores
Gerencia	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de metas (Metas cumplidas /metas planteadas) *100 Referencia de cumplimiento mínimo de 80%
	<ul style="list-style-type: none">• Rotación de personal (Personal separado de la empresa /Personal contratado) *100 Referencia de rotación de personal de 3 a 50%
	<ul style="list-style-type: none">• Capacitación del personal (Recursos asignados /Presupuesto planificado) *100 Referencia de presupuesto de capacitación anual \$1,000
Finanzas	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de endeudamiento (Pasivos total / Patrimonio) *100 Referencia de endeudamiento es de 5 al 10%
	<ul style="list-style-type: none">• Porcentaje de ejecución del presupuesto (Presupuesto ejecutado/ presupuesto planificado) *100 Referencia del presupuesto es del 85 a 100% de cumplimiento
	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de liquidez (Activo corriente/ Pasivo corriente) *100 Referencia de nivel de liquidez es de 2,5
	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de rentabilidad (Utilidad neta/ventas) * 100 Referencia de margen de rentabilidad de 8 a 12%

Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Horas trabajadas vs cantidad producida 	(Horas trabajadas / total de producción) *100 Referencia de horas trabajadas es de 2.080 horas
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de productos defectuosos 	(Número de productos defectuosos/ producción total) *100 Referencia de productos defectuosos es de 1 a 3%
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Relación de las ventas entre el año pasado y actual 	(Ventas del año anterior / ventas del año actual) *100 Referencia del incremento de las ventas estimados es 1 al 5%
	<ul style="list-style-type: none"> • Pedidos de clientes nuevos vs clientes actuales 	(Número de pedidos anteriores/número de pedidos totales) *100 Referencia de los pedidos es 5 al 10%
	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ventas vs la publicidad realizada 	(Gastos publicidad/ ventas totales) *100 Referencia de publicidad invertida es de \$500

Tabla 42 Indicadores de gestión.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.5. NECESIDADES DE PERSONAL

Con los datos de la producción y ventas, se estima incrementar el personal en los próximos años de la siguiente manera:

Tabla 42 Necesidades de personal

Año	Personal
2020	0
2021	0
2022	0
2023	1
2024	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

- Determinar la forma jurídica y los requisitos para la constitución de la empresa, bajo cuya cobertura funcionará el proyecto propuesto, así como los permisos que debe cumplir la operación y puesta en marcha del proyecto.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa Dulcefruit será constituida como empresa de Responsabilidad Limitada y cumple lo dispuesto por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2014):

Disposiciones Generales

Este tipo de compañías debe estar constituido por mínimo dos personas que responderán las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales. Además, este tipo de compañías no pueden funcionar si los socios exceden más de quince personas, por ello es muy importante tener en cuenta todas las recomendaciones a fin de evitar inconvenientes a futuro con la empresa.

En referencia al capital debe ser conformado por todas las aportaciones de los socios y no puede ser inferior al monto establecido por la Superintendencia de Compañías. Este capital debe estar suscrito y pagado al menos el 50% de cada participación. El plazo a integrar el capital no debe pasar los 12 meses desde la fecha de constitución de la compañía.

Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios

Los derechos de cada socio son las siguientes:

- a. Intervenir personalmente o por medio de un representante en toda reunión, decisión y deliberación que exista en la empresa.
- b. A limitar la responsabilidad de acuerdo al monto de participaciones que tenga.
- c. A no devolver los valores de las ganancias percibidas de buena fe.
- d. No tiene obligación de aumentar la participación social.

Obligaciones de los socios:

- a. Pagar a la empresa la participación suscrita.
- b. Cumplir con lo establecido en el contrato social.
- c. Abstenerse de hacer cualquier acto que impida la injerencia en la administración.
- d. Cumplir con las aportaciones accesorias y suplementarias previstas en el contrato social.
- e. Responder a la empresa o terceros si fuere excluido por pérdidas en el capital suscrito y no pagado.

Procedimientos para la constitución

Reservar el nombre en la Superintendencia de Compañías.

Para suscribir el dinero se debe abrir una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera, y para especies se obtiene un certificado del Registro Mercantil para revisar que estos no se encuentran gravados. La cuenta de integración pasa a ser un documento habilitante de la escritura de la empresa.

1. Notificar en una notaría la escritura de constitución de la empresa para que un abogado realice la minuta.
2. Presentar tres ejemplares de la escritura pública con solicitud de aprobación y firma del abogado a la Superintendencia de Compañías.
3. Si cumple con el paso anterior se emite la resolución de aprobación y extracto correspondiente.
4. En el diario de mayor circulación del país se publica una sola vez el extracto respectivo.
5. Se afilia a la empresa a la Cámara de Producción.
6. Inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
7. Se registra los nombres de los socios y administradores en el Registro Mercantil.
8. Presentar a la Superintendencia de Compañías los respaldos de la documentación anteriormente mencionada.
9. La Superintendencia de Compañías entrega un documento con los datos generales para luego obtener el RUC en el SRI.
10. La Superintendencia de Compañías autoriza la devolución del capital a la institución financiera.

4.3. PATENTES Y MARCAS

Marca

La marca es la imagen que distingue al producto de otros similares dentro del mercado. Este puede tener características como números, signos, símbolos, entre otros.



Registro de Marca

1. Definir el tipo de marca a registra.

- Denominación de origen
- Lema comercial
- Marca de certificación
- Marca tridimensional
- Marca colectiva

Consultar si existe duplicidad o algún impedimento para registra la marca.

2. Realizar la solicitud virtual en la pág. web:
<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>
3. Registrar el tipo de trámite que se va a realizar.
4. Llenar el formulario.
5. Imprimir el comprobante de pago.
6. Pagar en el Banco del Pacífico.
7. Registrar el pago en el casillero virtual.
8. Armar la carpeta con la solicitud de registro de signos

- 3 copias B/N de la solicitud.
- 2 copias B/N del comprobante del depósito.
- 2 copias B/N de la Cédula de identidad.

4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Entre los requisitos para operar la empresa se requiere: obtención del ruc, patente, y permisos de funcionamiento. Debido a la naturaleza del negocio, que es la elaboración de productos alimenticios; además debe cumplir con los procedimientos de manipulación de alimentos, registro sanitario que otorga ARCSA. Y, por último, de obtener permiso emitido por el Cuerpo de Bomberos, cumplir con las obligaciones del Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y otros organismos que se relaciona con la pequeña industria.

- **Obtención del RUC**

El RUC (Registro Único de Contribuyentes) cuyo formato es de 13 dígitos que varía según el tipo de contribuyente, identifica si la actividad comercial a ejercer en Ecuador se realizará como personas naturales o sociedades para los contribuyentes puedan cumplir con su obligación tributaria.

Los requisitos que deberá presentar la microempresa de extracción y comercialización de dulce de papaya para la obtención del RUC en Ecuador, de acuerdo al (Servicio de Rentas Internas, 2015), se detallan a continuación:

- a. Original y copias de cédula de ciudadanía a color.
- b. Original y copia de papeleta de votación a color.
- c. Dirección domiciliaria de la matriz del negocio y de los establecimientos en donde se realizará la actividad económica.

- d. Descripción de la actividad económica que realizará la microempresa.
- e. Número telefónico.
- f. Dirección electrónica, entre otros.
- g. Datos de identificación domiciliar y del futuro negocio, teléfono, dirección electrónica, entre otros.

- **Obtención la Patente**

La patente municipal es un documento obligatorio para las empresas que ejercen actividades comerciales, financieras, inmobiliarias y profesionales. El Municipio establece el pago anualmente en las fechas fijadas de acuerdo al último dígito de la cédula de identidad de los contribuyentes.

Los requisitos son los siguientes:

- a. Solicitar la clave de acceso para realizar declaraciones en línea del impuesto y patente en cualquier administración zonal con la siguiente documentación:
 - Formulario de inscripción de la patente.
 - Copia de la cedula y papeleta de votación del contribuyente
 - Copia del RUC.
 - Acuerdo de responsabilidad y uso de medio electrónicos.
 - Facilitar un correo electrónico y número telefónico del contribuyente.
- a. Ingresar a la pág. Web del municipio para que realice la declaración correspondiente.
- b. Imprimir la planilla y pagar el impuesto a la patente en las entidades bancarias establecidas por el Municipio de Quito.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Determinar el monto de la inversión que requerirá el proyecto, distribuido en activos fijos y capital de trabajo indispensables para la puesta en marcha.
- Presentar los estados financieros resultantes de la implementación y operación, para conocer la viabilidad del proyecto, reflejada en los índices de evaluación financiera.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

Es la fase inicial que se convierte en la base del proyecto, luego de analizar el estudio técnico y organizacional. La cuantificación de la inversión inicial, facilita la adquisición de los activos que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

A continuación, se detallará las formas de financiación que se utilizará para el mejor desarrollo de la empresa Dulce Fruit.

a) Forma de financiamiento

Tabla 43 Plan de inversiones

Detalle	Valor
Activos Fijos	1.204,00
Capital de Trabajo	6.367,39
Total	7.571,39

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

El valor del plan de inversión para el proyecto es de \$7.571,39 de los cuales corresponde 1.204,00 en activos fijos y \$ 6.367,39 en capital de trabajo.

Para dar inicio a las actividades operativas como comerciales la empresa deberá contar con los recursos necesarios que forman parte de los activos fijos de la entidad.

A continuación, se detalla las cuentas del plan de inversiones:

Tabla 44 Activos fijos

Muebles y Enseres			
Descripción	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Silla	1	60,00	60,00
Escritorio gerencial	1	100,00	100,00
Archivadores	1	60,00	60,00
Total			220,00
Equipos			
Balanza	2	38,00	76,00
Peladora de frutas	2	60,00	120,00
Cocina Industrial	1	150,00	150,00

Medidor de Ph	2	19,00	38,00
Total			384,00
Equipo de computación			
Computadora	1	420	420,00
Impresora	1	180	180,00
Total		600	600,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al cálculo realizado la empresa tiene un costo en activos fijos de \$1.204 dólares americanos.

Capital de trabajo

El capital de trabajo hace referencia el requerimiento que se requiere para operar un negocio ya sea diario, semanal o mensual.

Tabla 45 Capital de trabajo

Capital de trabajo operativo	
Mano de obra directa	13.470,40
Materia prima directa	41.839,95
Costos indirectos de fabricación	5.050,16
Total costos de producción	6.0360,51
Requerimientos diario	165,37
Requerimiento ciclo caja	4.961,14
Capital de trabajo operativo	4.961,14
Capital de trabajo administrativo y ventas	
Gastos administración y ventas	16.778,80
Gasto financiero	330,65
Total gastos	17.109,45
Requerimientos diario	46,88
Requerimiento ciclo caja	1.406,26

Capital de trabajo administrativo y ventas	1.406,26
Total capital de trabajo	6.367,39

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo se divide en operativo y comercial y para aquello el cálculo es la siguiente:

Está conformado por la materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, correspondientes al área operativa. Y el valor de capital requerido para un periodo de 30 días es \$4.961,14

5.2.1. Forma de financiamiento

La forma de financiamiento hace referencia de cómo debe financiar el proyecto y es: mediante el capital o aporte propio con el 60% que da un valor de \$4.571,39 y la diferencia un préstamo bancario que es el 40% que es \$3.000.

Tabla 46 Forma de financiamiento

Financiamiento	Porcentaje de Participación	Monto
Capital Propio	60%	4.571,39
Préstamos Bancario	40%	3.000,00
Total	100%	7.571,39

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Si bien es cierto, la empresa para poder dar inicio con sus operaciones debe contar un capital total de \$ 7.571,39 dólares americanos.

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

El cálculo de los costos y gastos hace referencia a las materias primas que se requiere para elaborar el dulce de papaya verde.

a) Detalle de costos

Los costos son aquello que interviene directamente en la elaboración del dulce de papaya como se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 47 Materia prima para producir 160 unidades de dulce de papaya verde.

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Papaya	160,00	Unidad	0,30	48,00
Agua	320,00	Litros	0,0003	0,1024
Azúcar morena	80,00	Kilogramos	1,05	84,00
Clavo de olor	8,00	Kilogramos	0,20	1,60
Cáscara de cítricos	80,00	Unidad	0,005	0,40
Total				134,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Para la producción diaria se requiere de \$134.10 dólares americanos, el mismo se multiplica por 6 días a la semana y 52 semanas al año, dando un valor anual de \$41.839,95. Este monto es la elaboración 49.920 unidades de dulce de papaya en el año.

Mano de obra directa

La mano de obra que se requiere es de dos operadores los mismos que obtendrán un sueldo mensual más los beneficios de ley y se detalla en la siguiente tabla.

Cabe mencionar que deberán contribuir con un porcentaje del 9,45 para el aporte al IESS, cada operario.

Tabla 48 Mano de obra directa

Detalle	Sueldo Básico	Beneficios sociales	Total/mes	No. Trabaja d.	Total/Año
Operario	400,00	161,27	561,27	2,00	13.470,40
Total	400,00	161,27	561,27	2,00	13.470,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

*El décimo cuarto se lo ha calculado de acuerdo al sueldo básico 2019.

Para la elaboración de papaya se va requerir de empleados con un sueldo de 400 y los respectivos beneficios sociales que al mes asciende a \$561,27 el valor total al año es \$13.470,40

Costos indirectos de fabricación

Como costos indirectos para la producción de nuestro producto es necesario contar con el siguiente material que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 49 Materiales indirectos para elaborar dulce de papaya verde

Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Recipiente para dulce de papaya	160,00	0,07	11,2
Etiquetado	160,00	0,0005	0,08
Total			11,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los materiales indirectos para elaborar dulce de papaya verde son los recipientes y etiquetas que alcanzan un valor monetario diario es \$11.28. El mismo se multiplica por 6 días y 52 semanas, dando un valor de ·3.519,36.

Arriendo área operativa

A continuación, se detallará los valores correspondientes al arriendo del sitio donde se realizan las operaciones.

Tabla 50 Arriendo o área para elaborar dulce de papaya verde

Concepto	Valor mensual	Valor anual	Valor área de producción 70%
Área para elaboración de dulce papaya	100,00	1200,00	840,00
Total	100,00	1200,00	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se ha considerado para este proyecto un 70% para los gastos de arriendo para el espacio que se utilizará para la elaboración de dulce papaya verde.

Servicios básicos área de operación

El pago por servicios básico del área de producción que se necesitara se detallara en la siguiente tabla.

Tabla 51 Servicios básicos para elaborar dulce de papaya verde

Concepto	Valor mensual	Valor anual	Valor área de producción 70%
Luz	12,00	144,00	344,40
Agua	8,00	96,00	

Internet	21,00	252,00
Total	41,00	492,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los servicios básicos para el área de producción tienen un valor de \$344,40 que se utiliza en el área de producción

Uniformes y seguridad industrial

Para dar una buena imagen y protección, la empresa debe proporcionar equipamiento a sus empleados, por esta razón en la tabla se detallará lo siguiente.

Tabla 52 Uniformes para elaborar dulce de papaya verde

Concepto	Cantidad anual	P/ unitario	Precio total
Uniformes	2	22,00	44,00
Seguridad Industrial	1	134,00	134,00
Total			178,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los operarios requieren de uniformes, mientras el negocio va requerir de seguridad industrial para cumplir con las normativas técnicas que emite el cuerpo de bomberos y el valor asciende \$178,00.

Utensilios de cocina y gavetas

Para la elaboración del producto es necesario detallar el gasto que se realizara en los materiales importantes que a continuación en la tabla daré a conocer.

Tabla 53 Utensilio para elaborar dulce de papaya verde

Concepto	Cantidad anual	P/ unitario	Precio total
Utensilios de Cocina	1	90,00	90,00
Gavetas	1	40,00	40,00
Total			130,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Para la elaboración de dulce de papaya verde también se va requerir de recipientes de cocina y gavetas para lavar la fruta y el costo asciende a \$130,00

Mantenimiento maquinaria

El mantenimiento se realizará a partir del segundo año, ya que el primer año por ser equipamiento nuevo no será necesario.

.Tabla 54 Mantenimiento de la maquinaria

Descripción	Mantenimiento
Balanza	-
Peladora de frutas	10,00
Cocina industrial	20,00
Medidor de ph	-
Total	30,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El valor del mantenimiento anual asciende a \$ 30,00 dólares americanos

b) Proyección costos

La proyección de los costos se calcula para un periodo de cinco años, teniendo en cuenta que a partir del segundo año se ha incrementado el 1% de la tasa de inflación.

Tabla 55 Proyección de costos para elaborar dulce de papaya verde

Periodo:	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Mano de obra directa	13.470,40	13.605,10	13.741,15	13.878,56	14.017,35
Materia prima	41.839,95	44.764,70	47.869,60	51.035,81	54.258,80
Costos indirectos de fabricación					
Materiales indirectos	3.519,36	3.776,71	4.038,86	4.305,88	4.577,83
Mantenimiento	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Arriendo y servicios básicos	1.184,40	1.184,40	1.184,40	1.184,40	1.184,40
Uniformes	44,00	44,44	44,88	45,33	45,78
Seguridad industrial	134,00	28,00	28,28	28,56	28,85
Utensilios de cocina	130,00	131,30	132,61	133,94	135,28
Depreciación	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40
Parcial costos indirectos de producción	5.050,16	4.991,11	5.253,26	5.520,28	5.792,23
Total Costo de Producción	60.360,51	63.360,91	66.864,01	70.434,65	74.068,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La proyección de costos para el primer año es de \$60.360,51 y del último año proyectado es de \$ 74.068,38

c) Detalle de gastos

A continuación, se detalla el sueldo más los beneficios de ley que se pagara al vendedor del producto.

Tabla 56 Sueldo vendedor

Cargo	Sueldo	Beneficios sociales	Total mes	Número	Anual
Vendedor	400,00	161,27	561,27	1	6.735,20
Total	400,00	161,27	561,27	1	6.735,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Para el proyecto se va requerir un vendedor que comercialice los dulces de papaya verde con un sueldo más beneficios de ley anual de 6.735,20 dólares.

Suministros de oficina

Los materiales de oficina que se necesitarán para cubrir las necesidades de la parte administrativa serán las siguientes:

Tabla 57 Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Resmas de papel bond	1	4,50	4,50
Folders	1	0,75	0,75
Cuadernos	1	1,50	1,50
Esferos	4	0,35	1,40
Tinta para impresora	2	11,00	22,00
Marcador de tiza liquida	2	0,75	1,50
Perforadora	1	4,05	4,05
Calculadora	1	12,00	12,00
Grapadora	1	3,50	3,50
Total			51,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los suministros para contabilizar las cuentas otros, alcanza un valor anual de \$51.20

Arriendo del área administrativa

A continuación, se detalla el pago por concepto de arrendamiento del espacio físico para el área administrativa de la empresa.

Tabla 58 Arriendo administrativo

Concepto	Valor mensual \$	Valor anual \$	Valor asignado para gastos administrativos
Espacio	100,00	1200,00	30%.
Físico			360,00
Total	100,00	1200,00	

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** La Autora

Por conceptos de espacio físico (arrendamiento) se va a pagar un valor de \$100 y anual alcanza un valor de \$1.200. De este valor el 30% corresponde a la parte administrativa que son los \$360.

Gasto publicidad

Uno de los gastos importantes que realizara la entidad para la comercialización del producto es la publicidad que a continuación se detalla.

Tabla 59 Publicidad

Publicidad	Año 1
Imagen corporativa y publicidad	80,00
Logotipo / Flayers (20,00 x 1000 und)	
Total	80,00

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** La Autora

Los gastos publicidad para la comercializar dulce de papaya verde ascienden a \$80 que incluye hojas volantes o flayers.

Servicios básicos área administrativa

Es importante conocer los gastos por los servicios adquiridos en el área administrativa con la finalidad de brindar un buen servicio, los cuales se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 60 servicios básicos

Concepto	Valor mensual	Valor anual	Valor asignado para gastos administrativos
Luz	12,00	144,00	30% = 147,60
Agua	8,00	96,00	
Internet	21,00	252,00	
Total	41,00	492,00	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El valor de \$147,60 se ha asignado para las actividades administrativas de un valor anual de \$492 dólares americanos.

Gastos pre operativos

A continuación, se detallará los gastos que se necesitan solventar a fin de obtener los diferentes documentos legales para la operación de la empresa.

Tabla 61 Gastos pre operativos

Rubro	Valor	Inversión \$
Gastos de constitución		
Legalización de contrato de arriendo	25	
Permisos municipales / SRI	15	
Total		40,00
Permisos municipales		
Patente	48	

Obtención ruc	18
Permiso de bombero	10
Permiso de funcionamiento	10
Varios (impresiones-copias-internet)	14
Total	100,00
Adecuación del local	140,00
Gasto pre operativo	280,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los gastos pre operativos para iniciar con el negocio ascienden a \$280 dólares americanos que incluye gastos legales y la adecuación al local.

Mantenimiento

El manteniendo del equipo de cómputo se realizará a partir del segundo año de actividad ya que el primer año por ser dispositivo nuevo no amerita que se lo realice.

Tabla 62 Mantenimiento de activos fijos

Descripción	Mantenimiento
Silla	-
Escritorio gerencial	-
Archivadores	-
Computadora	25,00
Impresora	25,00
Total	50,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El gasto por mantenimientos y servicios asciende a \$50,00 dólares americanos.

Gastos financieros

A continuación, se detallará el cálculo que se realiza a fin de conocer las cuotas que se deben pagar mensualmente por un préstamo de \$ 3.000,00 dólares americanos, dinero que ayudara para iniciar las actividades.

Tabla 63 Gasto financiero

Crédito Mediano/Largo Plazo				
	Monto		3.000	
	Interés Normal	0,1185	0,0099	1,0099
	Cuota		66,51	
	Periodo de Pago		Mensual	
Periodo	Principal	Interés	Amortiz.	Cuota
1	3.000,00	29,63	36,88	66,51
2	2.963,12	29,26	37,25	66,51
3	2.925,87	28,89	37,61	66,51
4	2.888,26	28,52	37,98	66,51
5	2.850,28	28,15	38,36	66,51
6	2.811,92	27,77	38,74	66,51
7	2.773,18	27,39	39,12	66,51
8	2.734,06	27,00	39,51	66,51
9	2.694,55	26,61	39,90	66,51
10	2.654,65	26,21	40,29	66,51
11	2.614,36	25,82	40,69	66,51
12	2.573,67	25,41	41,09	66,51
13	2.532,58	25,01	41,50	66,51
14	2.491,08	24,60	41,91	66,51
15	2.449,18	24,19	42,32	66,51
16	2.406,86	23,77	42,74	66,51
17	2.364,12	23,35	43,16	66,51
18	2.320,96	22,92	43,59	66,51
19	2.277,37	22,49	44,02	66,51
20	2.233,35	22,05	44,45	66,51
21	2.188,90	21,62	44,89	66,51
22	2.144,01	21,17	45,33	66,51
23	2.098,68	20,72	45,78	66,51
24	2.052,89	20,27	46,23	66,51
				330,65
				272,15

25	2.006,66	19,82	46,69	66,51	
26	1.959,97	19,35	47,15	66,51	
27	1.912,82	18,89	47,62	66,51	
28	1.865,20	18,42	48,09	66,51	
29	1.817,11	17,94	48,56	66,51	
30	1.768,55	17,46	49,04	66,51	
31	1.719,51	16,98	49,53	66,51	
32	1.669,98	16,49	50,02	66,51	
33	1.619,97	16,00	50,51	66,51	
34	1.569,46	15,50	51,01	66,51	
35	1.518,45	14,99	51,51	66,51	
36	1.466,94	14,49	52,02	66,51	206,33
37	1.414,92	13,97	52,53	66,51	
38	1.362,39	13,45	53,05	66,51	
39	1.309,33	12,93	53,58	66,51	
40	1.255,76	12,40	54,11	66,51	
41	1.201,65	11,87	54,64	66,51	
42	1.147,01	11,33	55,18	66,51	
43	1.091,83	10,78	55,72	66,51	
44	1.036,11	10,23	56,27	66,51	
45	979,83	9,68	56,83	66,51	
46	923,00	9,11	57,39	66,51	
47	865,61	8,55	57,96	66,51	
48	807,65	7,98	58,53	66,51	132,28
49	749,12	7,40	59,11	66,51	
50	690,01	6,81	59,69	66,51	
51	630,32	6,22	60,28	66,51	
52	570,04	5,63	60,88	66,51	
53	509,16	5,03	61,48	66,51	
54	447,69	4,42	62,09	66,51	
55	385,60	3,81	62,70	66,51	
56	322,90	3,19	63,32	66,51	
57	259,58	2,56	63,94	66,51	
58	195,64	1,93	64,57	66,51	
59	131,07	1,29	65,21	66,51	
60	65,86	0,65	65,86	66,51	48,95
	Total		3.000,00		

Fuente: <https://www.pichincha.com/portal/informacion/transparencia/tasas-de-interes>
Elaborado por: La Autora

Los gastos financieros (intereses para el primer año asciende a 330,65)

d) Proyección de gastos

La proyección de los gastos se calcula para un periodo de cinco años, teniendo en cuenta que a partir del segundo año se ha incrementado el 1% de la tasa de inflación.

Tabla 64 Proyección de gastos

PERIODO:	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Costos que representa desembolso					
Administración y Ventas					
Gastos administrativos					
Gastos Remuneraciones	8.902,80	8.991,83	9.081,75	9.172,57	9.264,30
Gastos de Oficina	25,60	25,86	26,12	26,38	26,64
Gastos servicios básicos y arriendo	253,80	253,80	253,80	253,80	253,80
Mantenimiento	-	50,00	50,00	50,00	50,00
Gastos pre operativos	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
Depreciaciones	222,00	222,00	222,00	22,00	22,00
Parcial que representa desembolso	9.684,20	9.823,49	9.913,67	9.804,75	9.896,74
Administración					
Gastos Ventas					
Gastos Remuneraciones	6.735,20	6.802,55	6.870,58	6.939,29	7.008,68
Gastos de Oficina	25,60	25,86	26,12	26,38	26,64
Gastos servicios básicos y arriendo	253,80	253,80	253,80	253,80	253,80
Gastos Publicidad	80,00	80,80	81,61	82,43	83,25
Parcial que representa desembolso	7.094,60	7.163,01	7.232,11	7.301,90	7.372,37
Ventas					
Gastos Financieros	330,65	272,15	206,33	132,28	48,95
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN	17.109,45	17.258,65	17.352,11	17.238,93	17.318,06
TOTAL	77.469,96	80.619,56	84.216,12	87.673,58	91.386,44

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En la proyección de gastos para el primer año alcanza los \$ 8.119,00; más el valor gasto financiero \$330,65 da un total de costos y gastos de \$77.468,96 y para el último de \$91.386,44

Calculo del sueldo más beneficios de ley

A continuación, se detalla el sueldo básico más los beneficios que percibirán los trabajadores de la empresa.

Tabla 65 Mano de Obra más beneficios de ley

Tabla salarial	
Sueldo unificado básico	400,00
Décimo tercer sueldo	33,33
Décimo cuarto sueldo	33,33
Fondos de reserva	33,33
Vacaciones	16,67
Aporte Pat. (11,15%)	44,60
Total	561,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Los sueldos se asignan siempre considerando el sueldo básico unificado que alcanza los 394 dólares para el año 2019, sin embargo, se consideró un pago de \$400; donde los operarios ganarían al mes un \$561,27. Pero al restar el aporte personal al IESS que es del 9.45% llegaría a \$508,23.

Depreciación

Para el registro en libros contables, es necesario realizar el cálculo de las depreciaciones, en el que se detallará el tiempo de vida útil del bien y el valor a depreciar. El método más que se va a utilizar es el de línea recta.

$$\text{Depreciación escritorio gerencial} = \frac{\text{Valor del Activo}}{\text{Vida Útil}}$$

$$\text{Depreciación escritorio gerencial} = \frac{100,00}{10}$$

$$\text{Depreciación} = \$10$$

Mediante este procedimiento se calculó las siguientes depreciaciones (Depreciación, 2019).

Tabla 66 Depreciación

Descripción	Unid	Costo Unit.	Costo Total	Vida Útil	Año 1
Silla	1	60,00	60,00	10	6,00
Escritorio gerencial	1	100,00	100,00	10	10,00
Archivadores	1	60,00	60,00	10	6,00
Balanza	1	76,00	76,00	10	7,60
Peladora de frutas	1	60,00	120,00	10	12,00
Cocina Industrial	1	150,00	150,00	10	15,00
Medidor de ph	1	38,00	38,00	10	3,80
Computadora	1	420,00	420,00	3	140,00
Impresora	1	180,00	180,00	3	60,00
Total			1.094,00		260,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al cálculo realizado la depreciación de activos fijos para el primer año es de \$ 260,00 dólares americanos

Proyección de la depreciación

A continuación, se detalla la proyección de los activos fijos para los cinco años correspondiente.

Tabla 67 proyección de la depreciación

Descripción	Costo	Vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Total	Útil					
Silla	60,00	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Escritorio gerencial	100,00	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Archivadores	60,00	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Balanza	76,00	10	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60
Peladora de frutas	120,00	10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Cocina Industrial	150,00	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Medidor de ph	38,00	10	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80
Computadora	420,00	3	140,00	140,00	140,00	-	-
Impresora	180,00	3	60,00	60,00	60,00	-	-
TOTAL	2.348,00		260,40	260,40	260,40	60,40	60,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El valor de la depreciación para el primer año es de \$260,40 y para último año asciende a 60,40

5.4. CÁLCULO DE INGRESOS

Para determinar el precio de venta se ha considerado el siguiente cálculo (Argudo, 2019).

$$\begin{aligned} \text{Costo anual para el año 1} &= \frac{\$77.469,96}{49.920 \text{ unidades}} \\ &= 1,55 \text{ centavos de dólar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{El PVP} &= 1,55 * 0,04\% \text{ de margen de rentabilidad} \\ &= 1,61 \text{ dolares americanos} \end{aligned}$$

Proyección de Ingresos.

Para el cálculo de los ingresos que se obtendrá cada año se ha tomado en cuenta un margen de utilidad del 0,004 de incremento al precio al costo de producción.

Tabla 68 Proyección de ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo anual	77.469,96	80.619,56	84.216,12	87.673,58	91.386,44
Unidades de dulce de papaya	49.920,00	53.040,00	56.160,00	59.280,00	62.400,00
Precio al costo	1,55	1,57	1,59	1,61	1,63
Precio de venta	1,61	1,63	1,65	1,67	1,70
Ingresos anuales	80.371,20	86.455,20	92.664,00	98.997,60	106.080,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El ingreso para el primer año es \$80.371,20 y para el último año será de \$106.080,00

5.5. FLUJO DE CAJA

A continuación, se presentan el flujo de caja que resume los ingresos y egresos de las operaciones para la elaboración de dulce de papaya.

Tabla 69 Flujo de caja

A.INGRESOS OPERACIONALES	PREOP	2019,00	Año 2020	2020,00	Año 2021	2021,00
Recuperación por ventas	-	80.371,20	86.455,20	92.664,00	98.997,60	106.080,00
valor Residual Activos Fijos	-	-	-	-	-	-
Recuperación Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	6.367,39
Parcial	-	80.371,20	86.455,20	92.664,00	98.997,60	106.080,00
B.- EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores (MPD+ MPI+SYS)		60.360,51	63.360,91	66.864,01	70.434,65	74.068,38
Gastos Administración		9.684,20	9.823,49	9.913,67	9.804,75	9.896,74
Gastos Ventas		7.094,60	7.163,01	7.232,11	7.301,90	7.372,37
Parcial	-	77.139,31	80.347,41	84.009,79	87.541,30	91.337,49
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-	3.231,89	6.107,79	8.654,21	11.456,30	14.742,51
D INGRESOS NO OPERACIONALES	-					
Crédito Instituciones Financieras	3.000,00			-	-	-
Aporte de Capital	4.571,39			-	-	-
Parcial	7.571,39			-	-	-
E EGRESOS NO OPERACIONALES	-					
Pago intereses	-	330,65	272,15	206,33	132,28	48,95
Pago Principal (capital) de los pasivos	-	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Pago participación trabajadores	-	435,19	875,35	1.267,18	1.698,60	2.204,03
Pago impuesto a la Renta	-	542,53	1.091,26	1.579,75	2.117,59	2.747,70
Activos Fijos Operativos	-					
Muebles y enseres	220,00		-	-	-	-
Maquinaria y equipo	384,00		-	-	-	-
Equipo de computo	600,00		-	-	-	-

Parcial	1.204,00	1.908,37	2.838,76	3.653,26	4.548,47	5.600,68
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	6.367,39	(1.908,37)	(2.838,76)	(3.653,26)	(4.548,47)	(5.600,68)
G FLUJO NETO GENERADO (C+F)	6.367,39	1.323,52	3.269,03	5.000,95	6.907,83	9.141,83
H, SALDO INICIAL DE CAJA	-	6.367,39	7.690,91	10.959,94	15.960,89	22.868,72
I- SALDO FINAL CAJA (G+H)	6.367,39	7.690,91	10.959,94	15.960,89	22.868,72	32.010,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El flujo de caja para el primer año es de \$1.323,52 y para el último año alcanza los \$9.141,83.

El flujo de caja hace un resumen de los ingresos y egresos operativos; donde se evidencia que el saldo final de caja es \$6.367,39; el mismo es considerado el capital de trabajo (activo menos pasivo corriente). Mientras para el primer año el flujo neto es de 1.323,52

5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta que permite identificar los costos fijos, variables, ingresos y costos totales: es decir, da a conocer cuántas unidades debe producir para recuperar la inversión.

Costos variables

Los costos variables para este proyecto (2019) son de \$ 46.673,71; mientras que la materia prima directa y los costos indirectos de elaboración de dulce de papaya ascienden \$13.686,80. Dando una suma de \$ 60.360,51

Tabla 70 Costos y gastos fijos y variables

	Fijos	Variables
	2019	2019
Materia prima directa	-	41.839,95
Mano de obra directa	13.470,40	
Costos Indirectos de Fabricación	-	
Recipientes y etiquetados		3.519,36
Mantenimiento	-	
Servicios básicos		1.184,40
Uniformes	44,00	
Seguridad industrial	134,00	
Utensilios de cocina	-	130,00
Depreciaciones	38,40	

Gastos Administrativos	9.684,20	
Gastos Ventas	7.094,60	-
Gastos Financieros	330,65	-
Total	30.796,25	46.673,71
Ventas	80.371,20	
PUNTO EQUILIBRIO MARGEN CONTRIBUCIÓN	73.451,51	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El costo fijo para este proyecto alcanza los \$30.796,25 y variables es de \$46.673,71. Se lo calcula con la siguiente fórmula (Slideshare, 2017).

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{30.796,25}{1 - \frac{46.673,71}{80.371,20}}$$

El punto de equilibrio en dólares para el proyecto es \$73.451,51

Punto de equilibrio en unidades.

Para determinar las unidades a producir se utiliza la siguiente ecuación:

$$U = I - C$$

En la siguiente tabla se presenta los costos variables y precios unitarios de dulce de papaya verde.

Tabla 71 Punto de equilibrio en unidades

	Unidades	Precio	Ingreso	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	1,61	-	30.796,25	0,93	30.796,25
1	10.000,00	1,61	16.100,00	30.796,25	0,94	40.146,25
2	20.000,00	1,61	32.200,00	30.796,25	0,94	49.496,25
3	30.000,00	1,61	48.300,00	30.796,25	0,94	58.846,25
4	40.000,00	1,61	64.400,00	30.796,25	0,94	68.196,25
5	50.000,00	1,61	80.500,00	30.796,25	0,94	77.546,25
6	60.000,00	1,61	96.600,00	30.796,25	0,94	86.896,25
7	70.000,00	1,61	112.700,00	30.796,25	0,94	96.246,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se evidencia que el costo variable unitario es 0,93 centavos de dólar y precio 1,61 centavos, al utilizar la siguiente fórmula se obtiene el siguiente resultado (Váquiro, 2019).

$$U = I - C$$

$$U = p * q - (Cf - Cv * q)$$

$$U = 1,61 * q - (30.796,25 - 0,94 * q)$$

$$30.796,25 = 1,61 * q - 0,94 * q)$$

$$30.796,25 = 1,61 - 0,94 * q$$

$$q = 45.624 \text{ unidades}$$

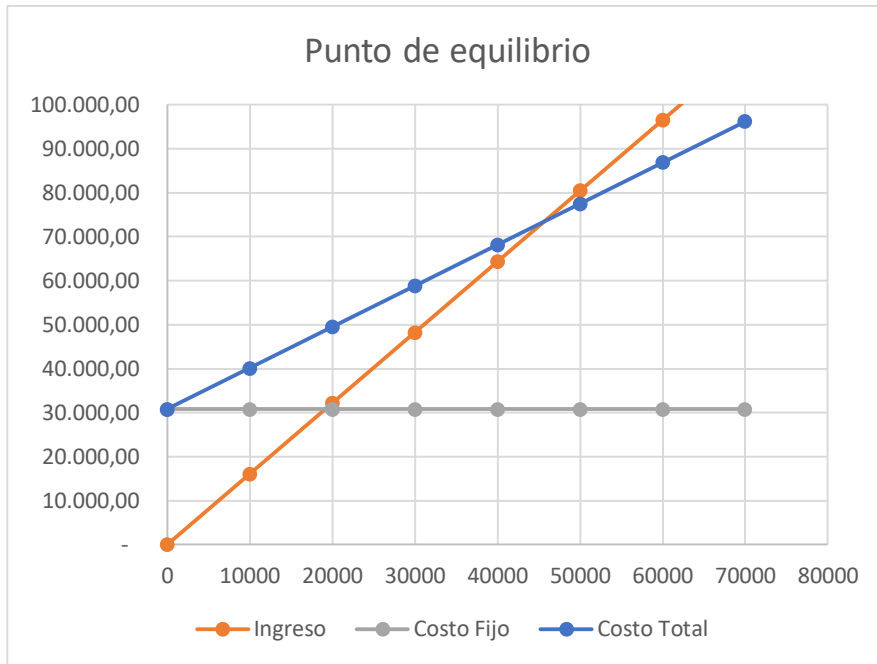


Gráfico 16 Punto de equilibrio del dulce de papaya

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se debe producir 45.624 unidades de dulce de papaya para no perder ni ganar.

5.6. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

El estado de resultados nos permitirá conocer la utilidad neta que obtendrá la empresa cada año.

Tabla 72 Estado de resultados

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ventas Netas	80.371,20	86.455,20	92.664,00	98.997,60	106.080,00
Costo de Ventas	60.360,51	63.360,91	66.864,01	70.434,65	74.068,38
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	20.010,69	23.094,29	25.799,99	28.562,95	32.011,62
Gastos de Administración	9.684,20	9.823,49	9.913,67	9.804,75	9.896,74
Gasto ventas	7.094,60	7.163,01	7.232,11	7.301,90	7.372,37
UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL	3.231,89	6.107,79	8.654,21	11.456,30	14.742,51
Gastos Financieros	330,65	272,15	206,33	132,28	48,95
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACION 15%	2.901,24	5.835,64	8.447,88	11.324,02	14.693,56
Participación Utilidades 15%	435,19	875,35	1.267,18	1.698,60	2.204,03
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA 22%	2.466,05	4.960,29	7.180,70	9.625,42	12.489,53
Impuesto a la Renta 22%	542,53	1.091,26	1.579,75	2.117,59	2.747,70
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	1.923,52	3.869,03	5.600,95	7.507,83	9.741,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La utilidad neta para el primer año es de \$1.923,52 dólares americanos.

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

Los flujos netos son enviados al valor cero, bajo una tasa de rendimientos que genera un valor descontado, para luego restar de la inversión inicial y obtener el indicador económico.

Tabla 73 Valor Actual Neto Significado.

Valor	Significado
$VAN > 0$	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida, el proyecto se acepta.
$VAN < 0$	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida, entonces el proyecto se rechaza
$VAN = 0$	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas en el Proyecto se acepta o se rechaza pues únicamente cubre las inversiones.

Fuente: (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2011)

Elaborado por: La Autora

Tabla 74 Valor Actual Neto.

Tasa de descuento		16%	Valor descontado
Inversión	(7.571,39)		
Flujo 1 Año 2019	1.323,52	86%	1.140,76
Flujo 2 Año 2020	3.269,03	74%	2.428,56
Flujo 3 Año 2021	5.000,95	64%	3.202,19
Flujo 4 Año 2022	6.907,83	55%	3.812,43
Flujo 5 Año 2023	9.141,83	48%	4.348,69
Subtotal			14.932,63
VAN			7.361,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se lo realizo con la siguiente formula (Morales, 2017).

$$\text{VAN} = \text{II} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \dots + \frac{\text{FNE}_n}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} = -7.571,39 \frac{1.323,52}{(1+0,16)^1} + \frac{3.269,03}{(1+0,16)^2} + \frac{5.000,95}{(1+0,16)^3} + \frac{6.907,83}{(1+0,16)^4} + \frac{9.141,83}{(1+0,16)^5}$$

$$\text{VAN} = 7.571,39 - (1.140,76 + 2.428,56 + 3.202,19 + 3.812,43 + 4.348,69)$$

$$\text{VAN} = 7.361,24$$

Para el proyecto el VAN (\$7.361,24) es superior a cero, por ende, es **FACTIBLE**.

a.2) Tasa Interna de Retorno

Se da cuando el TIR, iguala al valor actual neto, cuando este último es igual a cero. Para el cálculo se emplea la hoja de Excel. Por medio de la computadora se obtiene un 42% que es mayor que la tasa de rentabilidad aceptable del 16%.

Tabla 75 Tasa Interna de Retorno descuento 16%.

Tasa de descuento 16%	
Inversión	(7.571,39)
Flujo 1 Año 2019	1.323,52
Flujo 2 Año 2020	3.269,03
Flujo 3 Año 2021	5.000,95
Flujo 4 Año 2022	6.907,83
Flujo 5 Año 2023	9.141,83
TIR	42%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

TIR > i

Cuando la TIR es mayor que la tasa de actualización, conviene realizar la inversión porque la tasa más alta que el inversionista puede pagar sin perder la inversión.

a.3) Beneficio Costo

Este indicador mide o compara los flujos netos descontados en comparación de los costos; y, se obtiene al dividirlos.

Tabla 76 Razón Beneficio – Costo

	Tasa de descuento	16%	Valor descontado
Inversión	7.571,39		
Flujo 1 Año 2019	1.323,52	86%	1.140,76
Flujo 2 Año 2020	3.269,03	74%	2.428,56
Flujo 3 Año 2021	5.000,95	64%	3.202,19
Flujo 4 Año 2022	6.907,83	55%	3.812,43
Flujo 5 Año 2023	9.141,83	48%	4.348,69
Subtotal			14.932,63
B/C			1,97

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

$$\frac{B}{C} = \frac{14.932,63}{7.571,39} = \$1,97$$

Al aplicar la fórmula el B/C asciende a \$1,97.

a.4) Periodo de Recuperación

Toda inversión debe ser recuperada en un determinado tiempo, y para ello, se calcula con la siguiente fórmula (Conexionesan, 2017).

$$PRI = \frac{a - b}{c}$$

$$PRI = \text{Año antes de cubrir inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Flujo hasta año que se cubra la inversión}}{\text{Flujo del año que se cubra la inversión}}$$

Tabla 77 Periodo de recuperación.

Inversión	7.571,39 (a)	Acumulado	Periodo
Flujo 1 Año 2019	1.323,52	1.323,52	1
Flujo 2 Año 2020	3.269,03	4.592,55	2
Flujo 3 Año 2021	5.000,95	9.593,50	7,15
Flujo 4 Año 2022	6.907,83	16.501,33	
Flujo 5 Año 2023	-		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

$$\text{PRI} = \frac{7.571,39 - 4.592,55}{5.00,95} * 12 = 7,15$$

La inversión del proyecto se recupera en 2 años, 7 meses aproximadamente, para lo cual, el cálculo realizado es la suma del primer flujo más el flujo segundo y parte del tercer flujo para poder cubrir la inversión, como se muestra en la tabla N° 77.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- En cuanto al marketing del proyecto, se desarrolló el objetivo del estudio del mercado, definición del producto o servicio, definición del mercado, plan de muestreo, demanda potencial, desarrollo de instrumentos, análisis micro y macro ambiente y la proyección de la demanda y oferta, dando datos certeros sobre el potencial comportamiento del mercado en el que se pretende introducir el dulce de papaya verde.
- Al respecto del área de producción se detalló el proceso para la elaboración del dulce de papaya verde y se analizaron los factores que afectan el plan de operaciones, la capacidad de producción, definiendo además métodos que permitan presentar un producto de optimas calidad a través de los controles que se han fijado para el efecto.
- El estudio incluye la organización y gestión de la empresa en cuanto al desarrollo funcional y de las necesidades del personal que laborará en la implementación del presente proyecto.
- Luego de haber realizado el análisis económico financiero del proyecto se concluye que es viable debido a que los indicadores VAN, TIR y la relación beneficio costo, nos indican la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto, por lo que el o los inversionistas podrán tomar la decisión de hacerlo.
- Asimismo, la rentabilidad del proyecto es positiva y cubre la operación de la logística y operación por lo cual se considera pertinente el inicio de este emprendimiento.

Recomendaciones

- Debido a la que la materia prima es de fácil adquisición durante todo el año, se recomienda la elaboración de dulce de papaya dirigido a otros segmentos como el de personas diabéticas o con obesidad, quienes no consumen azúcar, por tanto, el dulce podría elaborarse con estevia u otro edulcorante natural y de aceptación en estos mercados.
- También se recomienda la diversificación de frutas para la elaboración de dulces, ampliando a otras frutas típicas de la zona y de acuerdo a la estacionalidad de producción, a fin de ampliar la cobertura del mercado y ofrecer una variedad alternativa.
- Diseñar nuevas estrategias de distribución de acuerdo a los requerimientos de mercado; así mismo, mantener un adecuado manejo del talento humano y de los procesos de selección e inducción a los empleados del negocio.
- Si se proyecta el incremento de productos o la diversificación de éstos, se recomienda provisionar a fin de incrementar el capital de trabajo, de forma que se pueda cubrir las operaciones planificadas y en las que se recomienda incursionar.
- Se recomienda que periódicamente se haga una revisión de la estrategia de marketing a fin de ajustar la oferta de la empresa a las condiciones y exigencias del mercado.
- Se deberá capacitar a quienes trabajen en la empresa en temas de mejora continua y otras áreas que le permitan mejorar e innovar la gestión organizativa y administrativa, además permitirá al personal un desarrollo integral de sus capacidades y habilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (2019). Permisos de Funcionamiento. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/permisos-de-funcionamiento/>: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Andrade, M. (17 de Septiembre de 2015). Definición ABC. Recuperado el 22 de Agosto de 2019, de <https://www.definicionabc.com>: <https://www.definicionabc.com/general/papaya.php>
- Andreu y Martínez. (2011). Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6231/1/T2662-MBA-Desarrollo.pdf>
- Argudo, J. M. (1 de septiembre de 2019). Econosublime. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2017/09/que-es-beneficio-como-calcular.html#:~:text=El%20ingreso%20total%20es%20todo,por%20la%20venta%20de%20productos.&text=As%20C3%AD%2C%20si%20Juan%20y%20Ana,2>.
- Biolatto, D. (2001). Historia de los mercados . Rosario - Argentina: Bolsa de Comercio de Rosario.
- Buñay, R., & Grandes, M. (2015). Producción y Comercialización de Pulpa de Frutas. Quito: Universidad San Francisco de Quito USFQ. Recuperado el 4 de Febrero de 2018
- Centro de Información e Inteligencia Comercial. (12 de Noviembre de 2009). Perfil de la uvilla. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de <http://www.pucesi.edu.ec>: <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/uvilla.pdf>
- Conexionesan. (24 de Enero de 2017). El PRI. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>

Cornejo, S. (2015). Estudio de factibilidad de una empresa comunitaria solidaria, productora de pulpa de naranjilla congelada. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado el 2 de Marzo de 2018

Cristina Martín García. (Domingo de 03 de 2016). Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2016/03/06/ocho-propiedades-beneficios-papaya-109989.html>

Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito. (12 de Abril de 2016). Inspecciones LUAE. Recuperado el 12 de Octubre de 2019, de <https://www.bomberosquito.gob.ec>:
<https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>

EL COMERCIO . (25 de MARZO de 2017). www.eldiariodecoahuila.com.mx/sociales/2017/3/25/porque-consumir-papaya-ayunas-642952.html. Obtenido de <http://www.eldiariodecoahuila.com.mx/sociales/2017/3/25/porque-consumir-papaya-ayunas-642952.html>

GAP. (s.f.). www.agricultura.gob.ec/papaya-ecuatoriana-llegara-por-primera-vez-a-estados-unidos/. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/papaya-ecuatoriana-llegara-por-primera-vez-a-estados-unidos/>

García, C. (6 de Marzo de 2016). Ocho propiedades y beneficios de la papaya. Recuperado el 11 de Agosto de 2019, de <https://cuidateplus.marca.com>:
<https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2016/03/06/ocho-propiedades-beneficios-papaya-109989.html>

Gobierno Provincial de Pichincha. (2012 -2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Quito: Gobierno Provincial del Pichincha. Recuperado el 1 de Septiembre de 2018

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (12 de junio de 2017). Microempresas en el Ecuador. Recuperado el 15 de Julio de 2019, de

www.ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-institucion/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2015). Fascículo Provincial Pichincha. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Quito: INEC. Recuperado el 15 de Febrero de 2018

Izquierdo, J., Rodríguez, M., & Durán, M. (2007). Manual de buenas prácticas agrícolas para la agricultura familiar (1a ed.). Antioquia: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Recuperado el 12 de Junio de 2019

Kotler, P. (2001). Dirección de mercadotecnia (OCTAVA EDICIÓN ed.). Lima, Perú: Pearson Educación.

Lancetalent.com. (6 de Junio de 2012). Guía del emprendedor: Cómo hacer un estudio de mercado. Recuperado el 13 de Julio de 2018, de www.lancetalent.com: <https://www.lancetalent.com/blog/guia-emprendedor-como-hacer-un-estudio-de-mercado/>

MAGAP. (s.f.). <http://www.solagro.com.ec/es/cultivos-2/item/papaya.html>.
Obtenido de <http://www.solagro.com.ec/es/cultivos-2/item/papaya.html>

Minimarket Nanegalito . (4 de Junio de 2018). Minimarket Nanegalito .
Recuperado el 5 de Enero de 2018

Morales, V. V. (2017). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Muther, R. (2010). Distribución en la planta (2 ed.). Madrid, España: McGraw Hill. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de <http://hpcinc.com/wp-content/uploads/2016/07/Spanish-PPL.pdf>

News, C. (11 de 04 de 2015). Psyma. Obtenido de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una->

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Universidad Autónoma de Tamaulipas. (2008). Nuevo Laredo: Eje del Desarrollo Económico de la Frontera Norte. *CienciaUAT*, 2(3), 28-33. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/4419/441942911008.pdf>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (2011). *Indicador de Rentabilidad de Proyectos: el. Industrial Data*, 1.

Váquiro, M. J. (3 de Diciembre de 2019). El punto de equilibrio. Obtenido de <http://pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

Vera, L. (10 de Agosto de 2015). *www.cincodias.com*. Recuperado el 18 de Agosto de 2018, de *Cómo hacer un estudio de mercado*: http://cincodias.com/cincodias/2015/08/04/guias_pyme/1438681032_012400.html