



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERIA DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del Título de:

**Ingeniera en Administración de Empresas.**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA PROCESADORA DE MORA EN EL  
ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN PALLATANGA”.

**PRESENTADO POR:**

Amparo Secibel Olivo Noboa

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2012**

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

-----  
Ing. MBA. Rodrigo Moreno Álvarez  
Director de Tesis

-----  
Ing. Silvio Montufar  
Miembro del Tribunal

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora

---

**Amparo Secibel Olivo Noboa**

## **AGRADECIMIENTO**

“Agradezco de manera general a todos y cada uno de los docentes que durante mi vida politécnica me han impartido sus conocimientos, de tal forma que me permitan crecer como profesional y desenvolverme en el ámbito laboral con excelencia”.

## **DEDICATORIA**

“A mi padre por su incondicional apoyo y confianza que me brindo a lo largo de mi carrera, logrando cumplir con una de mis metas con valentía y éxito”.

Amparo Secibel Olivo Noboa

## Índice de Contenido

Portada .....	I
Certificación del tribunal.....	II
Certificación de autoría .....	III
Agradecimiento .....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice de Contenido .....	VI
Índice de Cuadros.....	IX
Índice de Figuras .....	X
Índice de Anexos .....	X
Introducción .....	XI
CAPITULO I.....	2
1. Generalidades.....	2
1.1. Pallatanga .....	2
1.1.1. Características demográficas .....	3
1.1.2. Atractivos turísticos.....	4
1.1.3. Recintos Aledaños al Cantón.....	4
1.1.4. Ubicación Geográfica.....	5
1.2. Identificación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga .....	5
1.2.1. Estructura Organizativa .....	6
1.2.2. Estructura Legal.....	7
1.2.3. Personería Jurídica.....	8
1.2.4. Misión .....	8
1.2.5. Visión .....	8
1.3. La Fruta Mora.....	8
1.3.1. Propiedades Nutritivas.....	9
1.4. ¿Que es la Pulpa de Fruta? .....	9
1.4.1. Pulpa de Mora.....	10
CAPITULO II.....	11
2. Análisis Situacional .....	11
2.1. Matriz de Implicados .....	11
2.2. Determinación de los Factores Externos Estratégicos.....	12
2.2.1. Matriz de Factores Externos Económicos.....	13
2.2.2. Matriz de Factores Externos Sociales.....	16
2.2.3. Matriz de Factores Externos Político-Legales.....	17

2.2.4.	Matriz de Factores Externos Tecnológicos .....	18
2.3.	Matriz de Prioridades .....	19
2.3.1.	Matriz de Prioridades Factores Económicos.....	19
2.3.2.	Matriz de Prioridades Factores Sociales.....	20
2.3.3.	Matriz de Prioridades Factores Políticos-Legales.....	21
2.3.4.	Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos .....	22
2.4.	Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.....	23
CAPITULO III .....		25
3.	Propuesta.....	25
3.1	Estadio de Mercado .....	25
3.1.1	Introducción .....	25
3.1.2.	Objetivo del Estudio de Mercado .....	26
3.1.2.1.	Objetivo General .....	26
3.1.2.2.	Objetivos Específicos.....	26
3.1.2.3	Determinación del Mercado Objetivo .....	26
3.1.2.1.	Población Urbana .....	26
3.1.2.1.	Matriz de Proyección de la Población de Pallatanga. ....	27
3.1.2	Estudio de la Demanda.....	28
3.1.3.	Determinación de la Actual y Futura.....	34
3.1.3.1.	Demanda Actual .....	34
3.1.3.2.	Proyección de la Demanda .....	34
3.1.4.	Estudio de la Oferta .....	35
3.1.5	Los Precios .....	36
3.1.6	Canales de Distribución .....	37
3.1.7	Marketing .....	38
3.2	Estudio Técnico.....	39
3.2.1	Introducción .....	39
3.2.2	Objetivos .....	40
3.2.2.1	Objetivo General .....	40
3.2.2.2	Objetivos Específicos.....	40
3.2.3	Tamaño del Proyecto.....	41
3.2.4	Localización .....	41
3.2.5	Ingeniería.....	41
3.2.6	Maquinaria y equipo .....	47
3.2.7.	Construcciones e Infraestructura .....	47

3.2.8. Personal.....	48
3.2.9 Requerimientos Legales .....	48
3.2.10. Estructura Organizacional .....	59
3.3. Planeación Estratégica .....	60
3.3.1. Misión .....	60
3.3.2 Visión.....	61
3.3.3. Valores Empresariales.....	62
3.3.4. Políticas empresariales.....	63
3.5. Estudio Financiero .....	63
3.5.1. Objetivos .....	64
3.5.2 Inversiones .....	64
3.5.3. Estructura de Costos .....	67
3.5.4. Estado de Resultados .....	68
3.5.5. Flujo de caja proyectado .....	69
3.5.6. Estado de Situación Inicial .....	70
3.5.7. Balances .....	71
3.5.7.1. Balance General Año 1 .....	71
3.5.7.2. Balance General Año 2.....	72
3.5.7.3. Balance General Año 3.....	73
3.5.7.4. Balance General Año 4.....	73
3.5.7.5. Balance General Año 5.....	75
3.6 Evaluación del Proyecto.....	76
3.6.1. Valor Actual Neto.....	76
3.6.2. Tasa interna de retorno .....	76
3.6.3. Relación Beneficio Costo .....	78
3.6.4. Periodo de recuperación de la Inversión .....	78
3.6.5. Punto de e Equilibrio.....	79
Capitulo IV .....	82
4. Conclusiones y Recomendaciones .....	82
4.1. Conclusiones.....	82
4.2. Recomendaciones .....	83
Resumen .....	84
Summary .....	85
Bibliografía.....	86
Anexos.....	87



## Índice de Cuadros

Nº	Título	Página
1.	Matriz de Implicados.....	11
2.	Matriz de Factores Externos Económicos.....	13
3.	Matriz de Factores Externos Sociales.....	16
4.	Matriz de Factores Externos Político-Legales.....	17
5.	Matriz de Factores Externos Tecnológicos.....	18
6.	Matriz de Prioridades Factores Económicos.....	19
7.	Matriz de Prioridades Factores Sociales.....	20
8.	Matriz de Prioridades Factores Políticos-Legales.....	21
9.	Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos.....	22
10.	Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.....	23
11.	Matriz de Proyección de la Población de Pallatanga.....	28
12.	Cantidad de habitantes por Barrio.....	30
13.	Barrios ordenados por porcentaje y número de encuestas a realizar.....	32
14.	Demanda Actual.....	34
15.	Proyección de la Demanda.....	35
16.	Matriz del precio.....	36
17.	Maquinaria y equipo.....	47
18.	Construcciones e infraestructura.....	47
19.	Cuantificación de Personal.....	48
20.	Cuadro de inversiones.....	65
21.	Estructura de Costos.....	67
22.	Estado de Resultados.....	68
23.	Flujo de Caja Proyectado.....	69
24.	VAN.....	76
25.	VAN negativo.....	77
26.	Período de recuperación de la inversión.....	79

## Índice de Figuras

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1.	Ubicación Geográfica.....	5
2.	Estructura Organizativa.....	6
3.	Población Urbana.....	27
4.	Consumo de Pulpas en el cantón Pallatanga.....	35
5.	Canal de Distribución.....	37
6.	Diagrama del proceso de producción.....	46
7.	Organigrama.....	59
8.	Punto de equilibrio.....	81

## Índice de Anexos

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1.	Modelo de encuesta.....	88
2.	Tabulación y graficación de datos.....	90
3.	Proformas maquinaria.....	96
4.	Cuadro de Depreciaciones – Amortizaciones.....	98

## **Introducción**

El siguiente trabajo investigativo consiste en realizar un estudio sobre la elaboración de pulpa de mora en el Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo, para lo cual se realizará una investigación sobre el nivel de consumo de pulpa en el Cantón Pallatanga y de otros productos de tipo similar.

Se planteará una misión para la empresa, la misma que se convertirá en el objetivo supremo de la empresa, conjuntamente se formulará la visión la cual definirá a donde se quiere proyectar la organización y las principales metas a conseguir.

Se realizará un diagnostico situacional realizando una matriz de implicados, en la cual se mostrarán todas las personas, organizaciones e instituciones que de una u otra manera se relacionan con el proyecto, se determinará además como afectan las variables económicas, políticas, sociales, tecnológicas al proyecto

Teniendo en cuenta la información obtenida previamente se empezará con los estudios del proyecto, comenzando por el estudio de mercado en donde determinaremos la demanda, la oferta, precios de la competencia, el canal de distribución más adecuado y la publicidad.

A continuación se realizará el estudio técnico donde se determinará el tamaño del proyecto, la maquinaria y equipo a utilizarse en el proceso productivo, ubicación óptima de la planta, su distribución física y la ingeniería del proceso productivo

En base a los estudios anteriores, se estructurará el estudio financiero en el cual se establecerá el monto de los recursos necesarios para la realización del proyecto.

## **CAPITULO I**

### **1. Generalidades**

Se realizará una breve reseña del cantón Pallatanga para tener una visión más amplia de las condiciones físicas, económicas y políticas, luego se efectuará una revisión sobre el cultivo de las moras en la región y por ultimo sobre las pulpas específicamente la de mora

#### **1.1. Cantón Pallatanga**

El cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo en el Ecuador, se ubica a más o menos 2 horas de la capital de la provincia, Riobamba, y a 3 horas desde Guayaquil. El Cantón Pallatanga se cantonizó el 13 de mayo de 1986 y se encuentra ubicado al sur occidente de la Provincia de Chimborazo, a 1.285 msnm, limita al norte con el cantón Colta, al sur con Cumandá, al este con Guamote y Alausí y al oeste con la provincia del Guayas. Tiene una extensión de 270 km<sup>2</sup>, en el cual viven 12.000 habitantes, lo que nos da una densidad poblacional de 44,44 habitantes por km<sup>2</sup>.

Se sitúa en una altitud que varia de 1.200 hasta 1.462 msnm al suroeste de la provincia.

Por su ubicación geográfica tiene un clima agradable con una temperatura promedio de 20° C, que la ha convertido en un punto de atracción turística, donde existen fincas vacacionales que permiten disfrutar de la belleza de sus paisajes, así como también se constituye en uno los principales productores agrícolas de la provincia. Sus principales productos son papas, habas, fréjol, y frutas menores

Esta zona constituye una de las más grandes productoras agrícolas de la provincia de Chimborazo. El Cantón Pallatanga no cuenta con parroquias rurales por lo que se considera solamente a la matriz como su única parroquia.

### **1.1.1. Características demográficas**

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 80,61% de la población total del cantón, y la extrema pobreza alcanza al 48,54% de la población.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, el Cantón Pallatanga presenta una base piramidal ancha, a expensas de la población escolar y adolescente, con un porcentaje algo menor de niños que se encuentran entre los 0 y 4 años, lo cual se explicaría por la migración existente desde este cantón a diversos lugares de la provincia y el país. La tasa de crecimiento anual de la población para el período 1990-2001, fue de 1,2%. De los 10.800 habitantes la población femenina alcanza el 50,9%, mientras que la masculina, el 49,1%.

La cobertura en servicios básicos es la siguiente:

- Tienen acceso a la red de alcantarillado, el 31% de las viviendas.
- Cuentan con servicio higiénico exclusivo, el 39,31% de los hogares.
- Agua entubada por red pública dentro de la vivienda: 21%.
- Energía Eléctrica 86,25%.
- Servicio telefónico 8,76%.
- Servicio de recolección de basuras: 31,4% de las viviendas.
- En general el Déficit de servicios básicos es de 82,43%

### **1.1.2. Atractivos turísticos**

Primero que nada el Clima y de ahí se deriva todo lo demás. La cascada del pailón del diablo. Se halla a 13 km de la cabecera cantonal, recorriendo la carretera Panamericana. Esta cascada toma el nombre a causa de un mineral que le confiere esta tonalidad. Está compuesta de dos saltos, el primero de 2,5 m y el segundo de 13 m de altura.

Caídas de agua en el sector Chazazal. Las dos cascadas pueden ser visitadas en el transcurso de un sendero turístico. Cascada de Huaro (la del Fantasma) una espectacular caída de agua del río Coco, en forma de tubería esculpida en la roca, recorriendo un sendero que te demoras un día en el bosque nublado más espectacular de la provincia. Cascada de San Jorge de ochenta metros de caída. Cascada de la quebrada Sale si Puedes, a pocos kilómetros del puente Cornelio Dávalos.

Caída de agua en las Rosas, de unos treinta metros del Río Maguazo.

Cascada de San Rafael, por el camino antiguo a Riobamba, la cascada de la Soledad en medio de bosque virgen.

### **1.1.3 Recintos Aledaños al Cantón**

Los recintos aledaños al cantón Pallatanga son comunidades pequeñas con poblaciones no mayores a 100 habitantes, las más cercanas al cantón y de mayor población son: Los Santiagos, Chayaguan, Galan, Galápagos, Jalubi, Gauin, Los Llanos, Las Palmas, La Tigrera, Siete Palos, Balazul, Gipangoto, Guangashi, San Juan y San Francisco de Trigoloma, Sucuso, Bushcud, Las Rosas. Quinual, Yahuarcocha, El Corazón, Chalo, Marcuspamba, Capata, Asacoto, Pilchipamba, San Vicente, Huaro, El Olivo, El Cedral, Jesus del Gran Poder, Bayampamba, Sillagoto, El Quinual, El Relleno, La Primavera, Shilili, Siete Capas, San Carlos, Lumapata, San Jorge Alto Y Bajo, Bambacagua, Santa Isabel,

Cochapamba, La Morera, Santa Marta, Guapo, Limón, Chiniuco, Allazamba, Jiménez, Santana Sur y Norte, Palmar, Panza; Panza Redonda; y, Panza Chica. y muchas comunidades que tienen como principal fuente de ingreso la agricultura y ganadería, la agricultura esta representada por la producción de fréjol, arveja, maíz, mora, tomate, babaco, limón, naranja, los productos tropicales mayormente cultivados debido a su clima templado y perfecta ubicación geográfica.

#### 1.1.4. Ubicación Geográfica

**Figura N° 1**  
**Ubicación Geográfica**



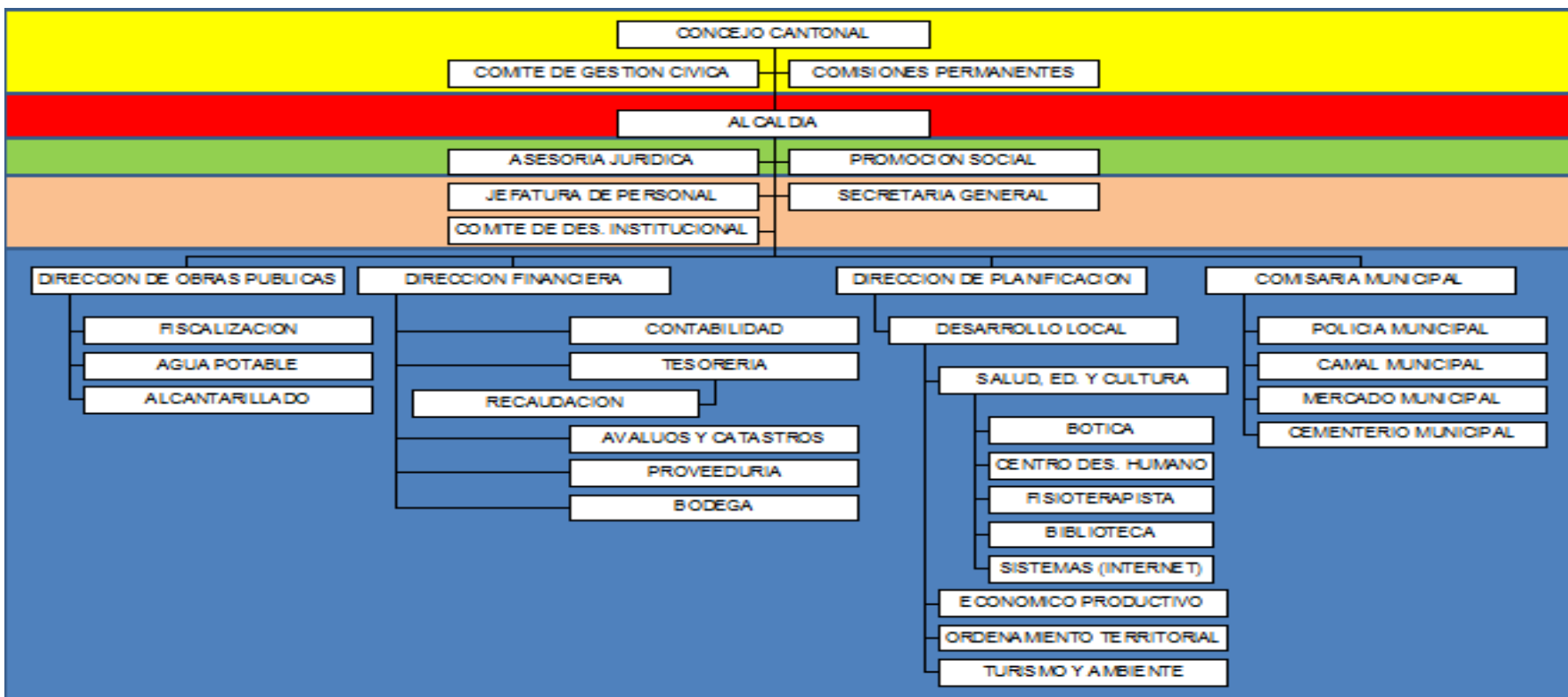
#### 1.2. Identificación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga

El Municipio de Pallatanga, perteneciente a la provincia de Chimborazo es una entidad perteneciente al sector público, que cuenta con autonomía, y la Ley de Régimen Municipal le designa como representante de la cabecera cantonal.

El Municipio de Pallatanga de la provincia de Chimborazo para concretar sus fines, tiene que ejecutar sus actividades y funciones sobre la base de la Constitución de la República, Ley Orgánica de Régimen Municipal, Ordenanzas Municipales, Leyes conexas y su estatuto.

1.2.1. Estructura Organizativa

Figura Nº 2  
Estructura Organizativa



Fuente: Gobierno autónomo descentralizado de Pallatanga



## 1.2.2. Estructura Legal

La vida jurídica del Ilustre Municipalidad de Pallatanga se creó el trece de Mayo de 1986, mediante Decreto Legislativo N° 84, publicado en el R. O. 896 del 18 de marzo de 1988, así como el funcionamiento legal que ampara la vida administrativa y financiera institucional, se halla determinado en el artículo 118 y 228 de la Constitución Política de la República del Ecuador y artículo 1º de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, normando además sus actividades bajo el régimen de las siguientes Leyes y disposiciones reglamentarias vigente

- Constitución Política del Estado Ecuatoriano.
- Código Orgánico Territorial Autónomo Descentralizado
- Ley Orgánica de Régimen Municipal.
- Ley de Régimen Administrativo.
- Código Tributario.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Código de Trabajo.
- Ordenanzas y Reglamentos Municipales.
- Disposiciones legales correlativas que rigen la vida Municipal.
- Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado.
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ordenanzas Municipales.
- Ley del Sistema Nacional de Contratación Pública
- Ley Orgánica de Responsabilidad, Estabilización y Transparencia Fiscal y su Reglamento.
- Ley de Régimen Tributario y sus reformas.
- Otras Leyes conexas.

El Municipio de Pallatanga ha efectuado su planificación siguiendo los principios de conservación, desarrollo y aprovechamiento sustentable de

los recursos que dispone la Institución y cumplirá con los demás fines que señalen la constitución y las leyes vigentes.

### **1.2.3. Personería Jurídica**

El Ilustre Municipio de Pallatanga se creó el trece de Mayo de 1986, mediante Decreto Legislativo N° 84, publicado en el R. O. 896 del 18 de marzo de 1988, así como el funcionamiento legal que ampara la vida administrativa y financiera institucional, se hallaba determinado en el artículo 118 y 228 de la Constitución Política de la República del Ecuador (1998).

### **1.2.4. Misión**

“El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga es una Institución pública al servicio de la comunidad, con gestión de calidad, talento humano capacitado; que anhela el bien común, en un ambiente de participación y diálogo, caracterizado por la honestidad respetando al patrimonio natural, cultural e histórico.”

### **1.2.5 Visión**

“Ser un Gobierno Municipal de alta gestión y servicio a la comunidad, solidario, honesto y participativo, enfocado en el desarrollo integral sostenible, capaz de potenciar al Cantón Pallatanga hacia el bienestar material y social de la colectividad”.

## **1.3. La Fruta Mora**

Desde el punto de vista botánico, la mora es una fruta polidrupa, es decir, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas (o en racimo), dentro de las que se halla una semilla diminuta, perceptible durante su

consumo e incluso a veces algo molesta. De forma algo más alargada en las especies de Morus, y generalmente más redondeada en las de Rubus (aunque depende de la especie), Rubusglaucus presenta una forma levemente parecida al de la fresa (ancha por la base terminado en punta).

Su tamaño es diminuto, midiendo entre 1 y 3 cm, dependiendo de la especie.

El color varía conforme la mora va madurando, comenzando en un tono blanco verdoso pasando al rojo para finalmente llegar al negro o púrpura oscuro.

### **1.3.1 Propiedades Nutritivas**

Como la generalidad de las frutas, las moras son fuente de sales minerales y vitaminas, constituyendo así un importante aporte nutricional que podría incluirse en cualquier tipo de dieta.

Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso ayudando al metabolismo.

Son especialmente ricas en vitamina C, conteniendo cantidades incluso mayores que las de algunos cítricos, hecho por el que las utilizan tanto los navegantes nórdicos como los Inuit americanos como protección contra el escorbuto. También son muy ricas en vitamina A, así como en potasio.

### **1.4. Pulpa de Fruta**

Es el extracto natural de las frutas. Son frutas a las cuales se les ha extraído la cáscara y las semillas, se envasan y se congelan. Es completamente natural, la fruta se envasa sin ningún conservante ni aditivo.

### **1.4.1. Pulpa de Mora**

La mora es una fruta de gran aceptación para el consumo por su exquisito sabor además de los múltiples beneficios para la salud, sea en fresco y procesado además de la facilidad de cosecha. Su uso primordial en el Ecuador principalmente está en la fabricación de jugos, pulpas, conservas, extractos, compotas y concentrados.

La vida útil de la mora es sólo de 3 a 5 días, ya que posee un alto contenido de agua, lo que la hace muy frágil al manejo y susceptible al periodo de almacenamiento pos cosecha. Por lo que es necesario estudiar otros métodos de conservación para ofrecer productos de calidad y novedosos para el consumidor.

## CAPITULO II

### 2. Análisis Situacional

#### 2.1. Matriz de Implicados

Como implicados señalaremos a las personas, grupo de personas u organizaciones, que de una u otra manera están relacionados, en un sentido o en otro, con el cumplimiento de la misión de la organización, los mismos influirán directamente o serán influidos por las decisiones de la organización, de modo positivo o negativo.

**Cuadro Nº 1**

**Matriz de Implicados**

IMPLICADOS	CRITERIOS O INDICADORES
<b>Municipio</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Financia</li><li>• Participa de utilidades.</li></ul>
<b>Administrador.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toma decisiones.</li><li>• Responsable del éxito o del fracaso de la empresa</li><li>• Representan a la empresa</li></ul>
<b>Gobierno.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Influye con leyes y/o políticas.</li><li>• Ofrece incentivos.</li></ul>
<b>Proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suministran la materia prima</li><li>Mora</li></ul>

<b>Competidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afectan el precio del producto por leyes de oferta.</li> <li>• Obligan a ser competitivos</li> </ul>
<b>Distribuidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecen servicios de distribución del producto.</li> </ul>
<b>Trabajadores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestan sus servicios.</li> <li>• Reciben un salario.</li> </ul>
<b>Clientes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidores del producto.</li> </ul>
<b>Instituciones financieras.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son una fuente de financiamiento.</li> </ul>

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

## 2.2. Determinación de los Factores Externos Estratégicos.

Respecto a los factores externos nos referiremos a índices, características, y situaciones del medio en el que desenvuelve sus actividades la empresa.

### **Macroentorno**

Al identificar el Macroentorno o medio ambiente general estudiaremos las fuerzas que no se puede controlar, es decir que están fuera del alcance de la empresa y en lo que ella no tiene ningún grado de intervención, básicamente consideraremos cinco aspectos que son los siguientes:

- Factor Económico.
- Factor Social.

- Factor Político - Legal.
- Factor Tecnológico.
- Factor Medio Ambiental

A continuación se presenta una matriz de factores externos, los cuales representan la situación actual, en el que se desenvolverá la empresa y además se indica los implicados en cada factor.

### 2.2.1. Matriz de Factores Externos Económicos

**Cuadro Nº 2**  
**Matriz de Factores Externos Económicos**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES.</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA EMPRESA.</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>E.1 Recesión Económica.</b>  Fase del ciclo económico caracterizado por una contracción en las actividades económicas de consecuencias negativas.	Después de un periodo recesivo a nivel mundial, a la misma se la esta dejando atrás, de todas formas se la debe tener en cuenta debido a los factores ambientales – naturales que pueden afectar drásticamente y desprevénidamente	El impacto es directo, ya que por la recesión no se pueden hacer grandes inversiones tranquilamente, hasta que la situación económica sea confiable y segura.	Gobierno
			Competidores
			Clientes
<b>E.2 Inflación.</b>	Su comportamiento se	Debido a tiene un	Gobierno

Describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo.	ha mantenido estable, con una leve tendencia a la baja respecto al trimestre del año anterior (2011), la inflación se encuentra en el 3.17% <sup>1</sup>	valor estable no existe afectación, pero se la debe tener en cuenta debido a que la misma muestra como pierde poder adquisitivo el dinero.	Competidores
			Clientes
<p><b>E.3 Impuestos.</b></p> <p>Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley.</p>	<p>El comportamiento de esta variable ha sido estable en lo que se refiere al IVA, y en lo que respecta al impuesto a la renta existe una reducción progresiva de la tarifa en los siguientes términos:</p> <p>Durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva fue del 24%, Durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva, será del 23%. A partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante, la tarifa</p>	<p>Afecta directamente y beneficiosamente, ya que la empresa pagará el impuesto a la renta en los términos establecidos.</p>	Clientes
			Empresa

<sup>1</sup>Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos



	impositiva será del 22% <sup>2</sup>		
<p><b>E.4 Tasa Activa Referencial.</b></p> <p>Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.</p>	<p>Esta tasa mantiene un comportamiento estable en relación a otros indicadores, el mismo se ha mantenido por largo tiempo entre 8.25% y 9.26%<sup>3</sup></p>	<p>Repercute directamente ya que las mismas son las que permitirán a la empresa elaborar planes de inversión y proyectos de ampliación con mayor precisión.</p>	Gobierno.
			Empresas.
			Sector Financiero.
<p><b>E.5 Riesgo país.</b></p> <p>Hace referencia a la situación tanto política como económica de un país.</p>	<p>El riesgo país ha ido tomando una tendencia a la baja en los últimos meses, esta variable debe ser considerada ya que puede variar repentinamente.</p>	<p>Aunque no afecta de manera significativa, ya que la empresa no necesitará inversión extranjera, hay que tomarlo en cuenta desde el punto que es una amenaza a nivel general.</p>	Gobierno.
			Competidores.

<sup>2</sup> Fuente: Código de la Producción

<sup>3</sup> Fuente: Banco Central del Ecuador

<p><b>E.6 Comportamiento del dólar a nivel mundial.</b></p> <p>Se refiere a la frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales.</p>	<p>El dólar es una moneda fuerte, ya que la economía estadounidense por ser muy dinámica la respalda de buena manera.</p>	<p>No tiene efecto en la empresa.</p>	Gobierno.
			Empresas.

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y Censos, Código de la Producción

## 2.2.2. Matriz de Factores Externos Sociales

Cuadro N° 3

Matriz de Factores Externos Sociales

FACTORES Y SUS DIMENSIONES.	COMPORTAMIENTO.	IMPACTO EN LA EMPRESA.	IMPLICADOS.
<p><b>S.1 Migración Interna.</b></p> <p>Traslado de personas de un lugar a otro para residir en el.</p>	<p>Existe una amplia tendencia a la migración interna en nuestro país, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.</p>	<p>Esta variable no tiene un impacto significativo en lo que se refiere a la empresa</p>	<p>Clientes Nacionales</p>
<p><b>S.2 Clase social.</b></p> <p>Alta.</p>	<p>Aunque existen esfuerzos por parte del gobierno hay una gran</p>	<p>La variable clases sociales no tiene un</p>	

Media. Media – baja. Baja	brecha entre las clases sociales, al existir una alta concentración de dinero en manos de unos pocos, y las diferencias con las demás clases son muy amplias.	impacto determinante en la empresa.	Clientes.
<b>S.3 Desempleo.</b>  Muestra el paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran puesto de trabajo	El comportamiento de esta variable en el ultimo semestre ha estado entre 9.1% y 6.1% con tendencia a la baja	Esta variable tiene un impacto bajo que se lo debe tener en cuenta.	Clientes Gobierno Competidores

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y Censos

### 2.2.3. Matriz de Factores Externos Político-Legales

Cuadro Nº 4

#### Matriz de Factores Externos Político-Legales

FACTORES Y SUS DIMENSIONES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
<b>PL.1. Marco jurídico vigente.</b>  Son las leyes existentes en lo	Existen trámites jurídicos demandados por la ley tanto para la constitución de una empresa.	No existe mayor impacto en la empresa, pues se tendrá que cumplir con los tramites	Gobierno

referente a la constitución de la empresa y permisos para el producto.		obligatoriamente	Empresas
--	--	------------------	----------

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y Censos

#### 2.2.4. Matriz de Factores Externos Tecnológicos

**Cuadro N° 5**

**Matriz de Factores Externos Tecnológicos**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA EMPRESA</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>T.1 Telecomunicaciones.</b> Son las compañías que prestan servicios de comunicación necesarios para el funcionamiento de una empresa	El comportamiento de esta variable es favorable al existir precios descendentes debido a la fuerte competencia existente en el mercado	Facilita la comunicación de la empresa, y reduce costos a traes de la contratación de planes corporativos	Proveedores
			Distribuidores
			Trabajadores
<b>T.2 Accesibilidad a Internet</b>	En los últimos años la accesibilidad a internet se ha visto incrementada ya que su costo se ha	Impacta de buena manera pues a través de estemedio se pueden	Nuevos Clientes

	reducido considerablemente	encontrar proveedores de materia prima, materiales directos y maquinaria.	Competidores.
--	-------------------------------	--	---------------

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y Censos

### 2.3. Matriz de Prioridades

#### 2.3.1. Matriz de Prioridades Factores Económicos

Cuadro Nº 6

Matriz de Prioridades Factores Económicos

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad <b>E.1.</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad <b>E.3.</b> <b>E.4.</b>	Media Prioridad <b>E.2.</b> <b>E.5.</b>	Baja Prioridad <b>E.6.</b>
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Baja Prioridad	Baja Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Osgoodm W. Métodos efectivos de Planificación de negocios, editorial Limusa

- E.1** Recesión Económica
- E.2** Inflación
- E.3** Impuestos
- E.4** Tasas Activa Referencial
- E.5** Riesgo país
- E.6** Comportamiento del dólar a nivel mundial.

Se observa que el factor económico recesión economía tiene una probabilidad de ocurrencia alta y tendría un impacto alto pues afectaría directamente a las ventas, por otro lado factores como los impuestos, tasas de interés, tienen probabilidad de ocurrencia media pero el impacto si ocurriera seria alto debido a que afectan directamente a la parte financiera, a los precios, el riesgo país por otro lado junto con la inflación aunque tienen ocurrencia media no tendrían una afectación prioritaria para la empresa y el comportamiento del dólar no tiene un impacto significativo en la empresa

### 2.3.2. Matriz de Prioridades Factores Sociales

**Cuadro N° 7**

**Matriz de Prioridades Factores Sociales**

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad S.1. S.2. S.3.
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Baja Prioridad	Baja Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Osgoodm W. Métodos efectivos de Planificación de negocios, editorial Limusa

**S.1** Migración Interna

**S.2** Clase social

**S.3** Desempleo

Dentro de los aspectos sociales podemos observar que los factores considerados tienen una probabilidad de ocurrencia media, y de igual manera su impacto en la empresa para los tres factores es bajo ya que no representan mayor problema, por lo tanto tienen una prioridad baja.

### 2.3.3. Matriz de Prioridades Factores Políticos-Legales

**Cuadro Nº 8**

**Matriz de Prioridades Factores Políticos-Legales**

<b>PROBABILIDAD DE OCURENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad <b>PL.1.</b>
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Baja Prioridad	Baja Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Osgoodm W. Métodos efectivos de Planificación de negocios, editorial Limusa

**PL.1** Marco jurídico vigente

Dentro de lo que se refiere a factores políticos - legales, se ha determinado que el marco jurídico vigente tiene una ocurrencia media y una probabilidad de impacto medio ya que el marco jurídico debe ser estable para que no

produzca incertidumbre dentro de lo que se refiere a toma de decisiones en cuanto a aspectos técnicos y legales.

### 2.3.4. Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos

**CUADRO N° 9**

**Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos**

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad <b>T.1</b> <b>T.2</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Baja Prioridad	Baja Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Osgoodm W. Métodos efectivos de Planificación de negocios, editorial Limusa

**T.1** Telecomunicaciones

**T.2** Accesibilidad a Internet

Estos factores son de gran importancia para la empresa, ya que impactan de buena manera permitiéndole abaratar los costos de comunicación y dado que la accesibilidad a internet tiene gran probabilidad de ocurrencia, esto es una ventaja pues a través de este se pueden encontrar nuevos proveedores y reducir los costos de la publicidad.



## 2.4. Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.

CUADRO N° 10

Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.

FACTOR	CLASIFICACION DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran amenaza	Amenaza	N	Oportunidad	Gran oportunidad
Recesión económica.	1				
Inflación.		1			
Impuestos.				1	
Tasas Activa				1	
Riesgo país.		1			
Cotización del dólar.			1		
Migración interna.			1		
Clase social.			1		
Desempleo.			1		
Marco jurídico vigente.			1		
Telecomunicaciones					1
Acceso a Internet					1
<b>PORCENTAJE</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>	<b>41%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Fuente: Osgoodm W. Métodos efectivos de Planificación de negocios, editorial Limusa

### ANÁLISIS

La matriz de perfiles estratégicos muestra la identificación de los factores reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, una oportunidad o con un impacto normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que existe:

Gran amenaza **8%**

Amenaza **17%**

Normal**41%**

Oportunidad **17%**

Gran oportunidad **17%**

Por lo tanto se tendrán cuenta estos factores en los demás estudios, de tal manera que el proyecto de ajuste lo más posible a la realidad actual.

## **CAPITULO III**

### **3. Propuesta**

#### **3.1 Estudio de Mercado**

##### **3.1.1 Introducción**

El Estudio de Mercado es un factor categórico en el alcance de las metas de una empresa pues el producto o servicio se lo debe saber colocar en el mercado en el cual se lo va a vender.

El lugar físico donde vamos a vender el producto, se lo denomina mercado y es cualquier persona o grupo de ellas con los que un individuo u organización pueda tener una relación de intercambio; en dicho sitio concurren las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar transacciones a un precio determinado.

Dentro del presente estudio se analizará primeramente la demanda, que es la cantidad de producto que los consumidores están dispuestos a adquirir, tomando como referencia la demanda histórica, y en base a encuestas determinar la demanda actual para proyectar una demanda futura.

También se estudiará la oferta, que es la cantidad de productos que está disponible en el mercado, los precios y los canales de distribución más óptimos para comercializar el producto.

Finalmente se determinarán las estrategias de marketing más adecuadas, económicas y eficientes, que nos permitan dar a conocer el producto y así lograr un posicionamiento estable en el mercado.

### **3.1.2. Objetivo del Estudio de Mercado**

#### **3.1.2.1. Objetivo General**

Demostrar que el producto “Pulpa de Mora” podrá ser colocado en volumen, precio y oportunidad, en el cantón de Pallatanga, de tal forma que permita generar los suficientes recursos para cumplir con sus obligaciones y generar utilidades

#### **3.1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la demanda
- Conocer la oferta
- Analizar los precios máximos y mínimos.
- Encontrar los canales de distribución más adecuados para el producto.
- Determinar las estrategias de marketing más acordes y efectivas.

#### **3.1.2.3 Determinación del Mercado Objetivo**

Se ha determinado a la población de Pallatanga de 5 hasta 85 años como el mercado objetivo para comercializar la pulpa de Mora.

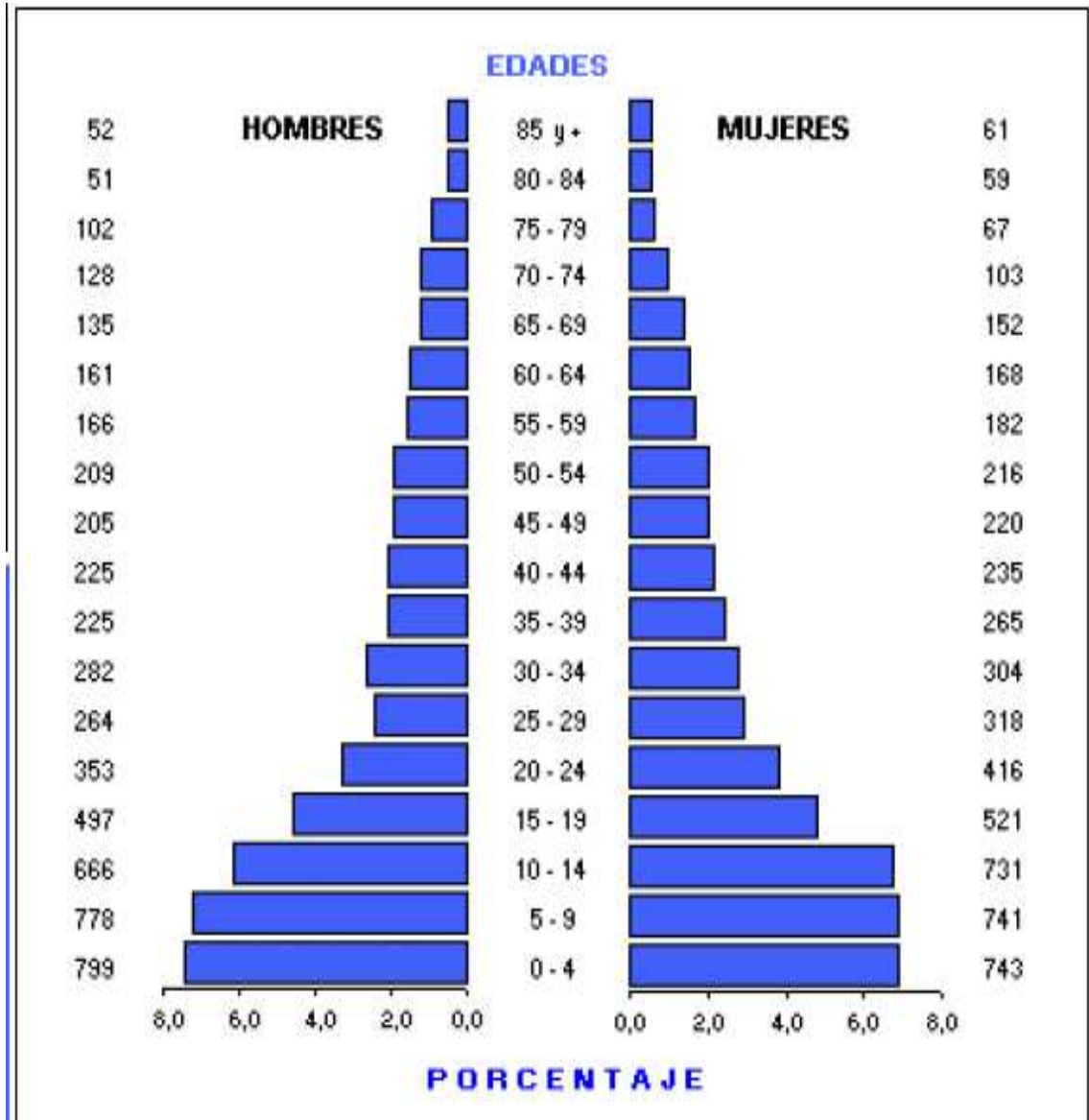
#### **3.1.2.1. Población Urbana**

La población de Pallatanga según el censo del año 2010 es de 10307 habitantes, la tasa de crecimiento es del 2.1%.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Instituto nacional de estadísticas y Censos

**Figura N° 3**  
**Población Urbana**



**3.1.2.1. Matriz de Proyección de la Población de Pallatanga.**

Se ha restado a la población menor de 5 años, que asciende a 1542 indiferentemente del sexo y se la ha proyectado con una tasa del 1.2% de crecimiento poblacional.

**Cuadro N° 11**  
**Matriz de Proyección de la Población de Pallatanga**

2010	10307
2011	10431
2012	10556
2013	10683
2014	10811
2015	10941
2016	11072
2017	11205

Fuente: INEC  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### **3.1.2 Estudio de la Demanda**

El estudio de la demanda se lo realizó en base a encuestas, debido a la falta de información sobre el consumo de productos similares y/o sustitutos en el cantón de Pallatanga y así obtener una posible demanda del producto. Dichas encuestas fueron elaboradas en base a las siguientes características:

- Se evitó la identificación del encuestado.
- La preguntas fueron de tipo cerradas para que el entrevistado no pueda emitir juicios que dificulten la tabulación de los datos obtenidos.

- En preguntas de tipo cuantitativos se formuló las preguntas en rangos definidos.
- El cuestionario no contuvo un número excesivo de preguntas para facilitar el manejo de datos y mantener la atención del entrevistado.

Un aspecto importante para asegurar que los resultados de la encuesta sean representativos es la definición del tamaño de la muestra, es decir su dimensionamiento. Para el objeto es necesario conocer las características de la muestra y de acuerdo a ellas, definir el grado o nivel de significación o confiabilidad estadística y por tanto el nivel de error máximo que se asume. En la mayoría de investigaciones de tipo económico es frecuente asumir un nivel de error de un 5% y un nivel de confiabilidad del 95%.

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

“En donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: universo.

$e^2$  : Error bajo un determinado nivel de confianza.”<sup>5</sup>

En base a la población total del cantón de Pallatanga, y con un porcentaje de error del 5% se procede a remplazar los valores en la formula y se obtiene el numero óptimo de encuestas a realizar.

$$n = \frac{10556 * 0.5^2 + 1.96^2}{(10556 - 1)0.05^2 + 0.5^2 + 1.96^2}$$

$$n = \frac{10137.98}{26.3875 + 0.9604}$$

---

<sup>5</sup>GALINDO Edwin. Estadística para la Administración y la Ingeniería, Gráficas Mediavilla Hnos.1999.

$$n = 371$$

El número de encuestas a realizar es 371, las mismas que se realizarán en cada uno de los barrios, en relación a la cantidad de habitantes de cada uno:

**Cuadro N° 12**

**Cantidad de habitantes por Barrio**

<b>Barrios Urbanos</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Porcentaje</b>
13 de Mayo	233	2%
San Francisco	7	0%
Pilchipamba	261	2%
Cornelio Dávalos	52	0%
Yanayuyo	355	3%
La Morera	275	2%
Jimenes	70	1%
La Florida	435	4%
Cochapamba	146	1%
Maria de Lourdes	42	0%
Barrio Lindo	49	0%
Bellavista	644	5%
La Union	14	0%
La Merced	195	2%
El progreso	209	2%
Santa Ana Sur	240	2%
Santa Ana Norte	115	1%
El Ingenio	411	3%
Los Llanos	195	2%
3 de Mayo	52	0%
Pancho Romero	84	1%
San Vicente	132	1%
San Pedro	70	1%
Jipangoto	35	0%
<b>Barrios Rurales</b>		
Azacoto Centro	144	1%
Azacoto Palmital	115	1%
Balazul	62	1%
Bayampamba	101	1%



Bisniag	245	2%
Bushcud	312	3%
Chachacoma	91	1%
Chayaguan	254	2%
El Olivo	130	1%
El retorno	211	2%
Gahuin Chico	336	3%
Gahuin Grande	125	1%
Galte Ambrosio Lasso	245	2%
Guangashi la trigrera	226	2%
Guapo Santa Martha	134	1%
Jalubi	230	2%
Jesus del Gran Poder	158	1%
La Victoria	59	0%
Las rosas	682	6%
Los Santiagos	106	1%
Marcospamba	62	1%
Mocata	96	1%
Panza Chico	67	1%
Panza Quirola	226	2%
Panza Redonda	178	1%
Quinual Santa Fe	221	2%
San Carlos	192	2%
San Francisco de Bushcud	298	2%
San Francisco de trigoloma	302	2%
San Jorge Alto	149	1%
San Jorge Bajo	96	1%
San Jose de Villabamba	77	1%
San Juan de Trigoloma	466	4%
San Miguel de Jipangoto	115	1%
San Nicolas	144	1%
Santa Ana Norte	298	2%
Santa Isabel	96	1%
Sillagoto	336	3%
Sucuso	154	1%
Sucuso Nuevo Bilbao	192	2%
Yaguarcocha	163	1%

Fuente: GAD Municipal de Pallatanga – Departamento de desarrollo local  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### Numero de Encuestas a realizar en cada Barrio

Para determinar el número de encuestas a realizar en cada barrio, se ha tomado la información del número de habitantes de cada barrio y se ha establecido un porcentaje, con el cual se fijarán cuantas encuestas se realizarán en cada barrio determinando el número de habitantes del mismo, así en los barrios con más peso demográfico se realizarán más encuestas que en los barrios en donde no existen tantas personas, con lo cual, los resultados de las encuestas serán más significativos.

**Cuadro Nº 13**

#### **Barrios ordenados por porcentaje y número de encuestas a realizar**

<b>Barrios</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Encuestas</b>
San francisco	7	0,06%	0
La Unión	14	0,11%	0
Jipangoto	35	0,29%	1
María de Lourdes	42	0,34%	1
Barrio Lindo	49	0,40%	1
Cornelio Dávalos	52	0,43%	2
3 de Mayo	52	0,43%	2
La Victoria	59	0,48%	2
Balazul	62	0,51%	2
Marcospamba	62	0,51%	2
Panza Chico	67	0,55%	2
Jimenes	70	0,57%	2
San Pedro	70	0,57%	2
San José de Villabamba	77	0,63%	2
Pancho Romero	84	0,69%	3
Chachacoma	91	0,74%	3
Mocata	96	0,79%	3
San Jorge Bajo	96	0,79%	3
Santa Isabel	96	0,79%	3
Bayampamba	101	0,83%	3
Los Santiagos	106	0,87%	3
Santa Ana Norte	115	0,94%	3
AzacotoPalmital	115	0,94%	3
San Miguel de Jipangoto	115	0,94%	3
Gahuin Grande	125	1,02%	4
El Olivo	130	1,06%	4

San Vicente	132	1,08%	4
Guapo Santa Martha	134	1,10%	4
Azacoto Centro	144	1,18%	4
San Nicolas	144	1,18%	4
Cochapamba	146	1,20%	4
San Jorge Alto	149	1,22%	5
Sucuso	154	1,26%	5
Jesus del Gran Poder	158	1,29%	5
Yaguarcocha	163	1,33%	5
Panza Redonda	178	1,46%	5
San Carlos	192	1,57%	6
Sucuso Nuevo Bilbao	192	1,57%	6
La Merced	195	1,60%	6
Los Llanos	195	1,60%	6
El progreso	209	1,71%	6
El retorno	211	1,73%	6
Quinual Santa Fe	221	1,81%	7
Guangashi la trigrera	226	1,85%	7
Panza Quirola	226	1,85%	7
Jalubi	230	1,88%	7
13 de Mayo	233	1,91%	7
Santa Ana Sur	240	1,96%	7
Bisniag	245	2,01%	7
Galte Ambrosio Lasso	245	2,01%	7
Chayaguan	254	2,08%	8
pilchipamba	261	2,14%	8
La Morera	275	2,25%	8
San Francisco de Bushcud	298	2,44%	9
Santa Ana Norte	298	2,44%	9
San Francisco de trigoloma	302	2,47%	9
Bushcud	312	2,55%	9
Gahuin Chico	336	2,75%	10
Sillagoto	336	2,75%	10
Yanayuyo	355	2,91%	11
El Ingenio	411	3,36%	12
La Florida	435	3,56%	13
San Juan de Trigoloma	466	3,81%	14
Bellavista	644	5,27%	20
Las rosas	682	5,58%	21
Total			<b>371</b>

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.1.3. Determinación de la Actual y Futura.

La demanda actual ha sido determinada en base a los resultados obtenidos de la realización de la encuesta (ANEXO2), los mismos que reflejan una aceptación del 83% del producto, tomando en cuenta el universo total 10556, significaría que 8761 personas estarían dispuestas a consumir el producto y dado que un 30% de personas consume al menos 1 vez a la semana pulpa de mora (anexo 2) quiere decir que la demanda sería de 455572 unidades de producto.

#### 3.1.3.1. Demanda Actual

**Cuadro N° 14**  
**Demanda Actual**

Año	Demanda
2012	455572 unidades

Fuente: Encuestas  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

#### 3.1.3.2. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se utilizará una tasa del 1.2% de crecimiento poblacional.

**Cuadro N° 15**  
**Proyección de la Demanda**

Año	Demanda
2012	455572 unidades
2013	461039 unidades
2014	466571 unidades
2015	472170 unidades
2016	477836 unidades
2017	483570 unidades

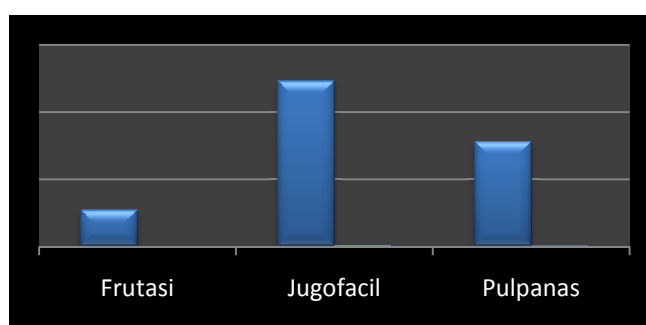
Fuente: Encuestas  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.1.4. Estudio de la Oferta

Dentro del estudio de la oferta se ha investigado sobre las principales empresas ofertantes del producto pulpa de frutas y cuál de ellas es la que más se consume en el cantón Pallatanga.

Como se puede observar en el gráfico a continuación, la marca que tiene mayor consumo es Jugofácil, seguida por Pulpanas y Frutasi

**Figura N° 4**  
**Consumo de Pulpas en el cantón Pallatanga**



Fuente: Encuestas  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.1.5 Los Precios

El precio es la representación cuantitativa del valor del producto, el mismo que está vigente en el mercado, en otros términos, es la cantidad de dinero que incita a los productores a comercializar sus bienes y a los clientes a consumirlos.

El análisis de los precios en el presente estudio de mercado, debe efectuarse en términos firmes, siendo más importante su tendencia actual. Aunque puede utilizarse un método de proyección para determinar el precio, generalmente no hay un comportamiento predecible, considerando que el precio depende de las fuerzas de oferta y demanda.

El precio al que la demanda está dispuesta a adquirir el producto se puede referenciar como el tope máximo para la colocación del producto en el mercado. Así mismo, el costo de producción del bien o servicio puede constituir el piso para la fijación del precio y finalmente, la competencia puede ser un referente para la determinación final del precio.

En este caso se analiza al precio de los 500 g. de pulpa de mora

**Cuadro Nº 16**  
**Matriz del precio**

<b>PRECIO</b>	<b>VALOR</b> <b>(en dólares)</b>
<b>MAXIMO</b>	<b>\$ 1.90</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>\$ 1.845</b>
<b>MINIMO</b>	<b>\$ 1.79</b>

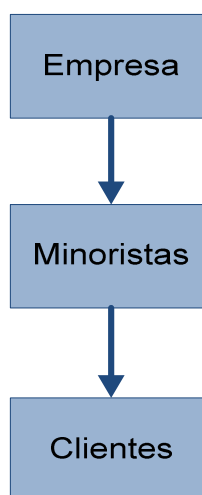
Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

Como se puede observar los niveles de precios se encuentran en un promedio de \$ 1.845dólares, por lo tanto se espera que el precio que se fije para el producto debiera encontrarse entre el precio promedio y precio mínimo, para así tener una característica de economía que le permita competir en el mercado de Pallatanga.

### 3.1.6 Canales de Distribución

Para manejar una cadena de distribución adecuada y evitar el exceso de intermediarios se ha escogido basados en los resultados obtenidos en las encuestas anteriormente realizadas(**ANEXO 1**), las cuales demuestran que el mercado preferiría adquirir el producto principalmente en tiendas de barrio, por lo tanto el canal de distribución se lo representará gráficamente de la siguiente manera:

**Figura N° 5**  
**Canal de Distribución**



Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa  
Fuente: Encuestas

Con la ampliación de la producción en el tiempo, también la cadena de distribución podría cambiar, pues al aumentar la demanda, se optará por comercializar el producto por medio de distribuidores autorizados.

### **3.1.7 Marketing**

El marketing se lo puede definir como el proceso por el cual el mercado objetivo se entera de la oferta de bienes y servicios de una empresa y puede ser a través de publicidad, promoción, televisión, muestras gratis, venta directa, folletos, internet. A través de estas formas publicidad se busca despertar el interés del mercado y generar la decisión de compra de los clientes.

Los factores importantes a considerar dentro del marketing se refieren a definir un mensaje claro, fácilmente entendible y acorde al tipo de producto y mercado, para así ser aplicado a través de la combinación de diferentes tipos de medios para lograr el impacto en los clientes.

El mensaje debe comunicar los beneficios y no las características de los productos pues al cliente no le interesa como está estructurado el producto sino más bien la manera en la que el mismo puede satisfacer sus necesidades.

La combinación de medios hace referencia al uso de televisión, radio, prensa, medios impresos, correo directo, internet, televisión, ventas directas, que son los mejores canales de comunicación y mercadeo pues con el mismo esfuerzo se realiza un análisis de la competencia.

“Es importante recalcar que clientes satisfechos promueven “sin costo” los bienes y servicios, por lo que la calidad del servicio (pre y postventa) que se entregue será el determinante de un mayor consumo de productos por el impulso generado en la demanda del mismo. Si el servicio al cliente es deficiente, los clientes serán los primeros en realizar una promoción negativa del producto y del proyecto generando un gran costo pues es más



fácil conseguir un nuevo cliente que recuperar uno que ha dejado de consumir el producto”.

Para escoger el medio o medios adecuados para promocionar el producto se ha considerado el alcance y costo que ofrecen dichos medios, de forma que no impacte en gran proporción a los costos de la empresa.

Finalmente se escogió los siguientes medios para publicitar el producto:

- Carteles.
- Volantes.

## **3.2 Estudio Técnico**

### **3.2.1 Introducción**

En el estudio técnico se determinan todos los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, el proceso de producción, la localización, tamaño de la empresa, maquinaria y equipo a utilizar. Para realizar dichos puntos se requiere la información obtenida en el estudio de mercado.

El capítulo de ingeniería tiende a ser diferente para cada tipo de proyecto, por lo que definir una metodología estándar para todos los casos no es posible, no obstante, se procura ejemplificar los posibles casos que pueden presentarse en la mayoría de las inversiones, sin desconocer las particularidades que pueden presentarse.

En el estudio técnico también se profundizara en los aspectos de tipo legal, como son:

- Patentes.
- Registro sanitario.
- RUC
- Tipo de compañía. Etc.

El estudio debe definir la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles, con los objetivos de reducción de costos e incremento de la productividad. Además en este estudio se empieza a definir los puntos en los cuales se necesita buscar financiamiento.

### **3.2.2 Objetivos**

#### **3.2.2.1 Objetivo General**

Determinar en base a los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado, los recursos y requisitos técnicos - legales necesarios para montar la empresa en el cantón de Pallatanga

#### **3.2.2.2Objetivos Específicos**

- Determinar el tamaño óptimo de la empresa en base a la demanda.
- Delimitar la ubicación de la empresa.
- Determinar cuáles serán las características del proceso de producción.
- Definir la maquinaria y el equipo más adecuado para producir el producto y donde se lo puede adquirir.
- Crear una estructura organizacional sólida que permita el máximo rendimiento del recurso humano.

### 3.2.3 Tamaño del Proyecto

El tamaño de la planta se ha determinado inicialmente en base a un porcentaje de la demanda potencial obtenida anteriormente en el estudio de mercado, este porcentaje es del 7% de la demanda total, lo que se considera una producción adecuada para el inicio de operaciones de la planta, esperando que con el tiempo se pueda lograr alcanzar el 100% de la demanda prevista, ganando mercado.

Cálculo de la producción estimada según la demanda:

**Demanda 2012=455.572**unidades anuales

**Producción estimada=455.572**unidades x10%

**Producción máxima estimada= 45.557,2** unidades anuales

### 3.2.4 Localización

La localización de la planta será en el barrio 13 de mayo, en terrenos del Municipio de Pallatanga

### 3.2.5 Ingeniería

En esta fase se analiza la actividad técnica (métodos y procesos de transformación) a efectuarse en base a criterios científicos y profesionales que permitan la optimización de los recursos disponibles y así producir un producto de calidad y de bajo costo tanto para el consumidor como para la empresa.

El éxito en la obtención de pulpas de alta calidad comienza en la disponibilidad de frutas de excelentes características gustativas. Junto a esta disponibilidad está el cuidado que se tenga en mantener esta alta calidad en los pasos previos a la llegada a la fábrica de procesamiento.

Entre estos pasos se hallan las condiciones que se escojan para realizar la cosecha. Entre estas condiciones está, el grado de madurez que la fruta debe alcanzar en el momento de ser retirada de la planta; la delicadeza con que se realice la cosecha; la hora que se decida para cosechar, las condiciones en que permanezca antes de salir del sitio del cultivo; las condiciones del transporte y su duración.

En la mora no hay la posibilidad de retirar la fruta pintona de la planta para que madure en la fábrica y dado que esta ofrece más resistencia a sufrir heridas, aguanta más un transporte brusco. Tal es el caso de la guanábana, la naranjilla o el mango. El inconveniente es que no todas una vez retiradas de la planta logran madurar, como sucede con la mora.

La temperatura baja de la madrugada en que se puede realizar la cosecha, evita acelerar los procesos de respiración, de prematura maduración y deterioro de la fruta. Mejor aún es refrigerarlas inmediatamente cosechadas o viajar cuando la temperatura ambiente es baja, por ejemplo en la noche.

Las frutas deben ser empacadas con mucho cuidado y evitar recipientes muy grandes donde las que se hallan en la parte inferior sufran deterioro por la sobre presión del peso de las demás frutas.

Los cestillos empleados como empaques deben estar limpios y ser fáciles de higienizar. Estos son de plásticos que ofrezcan resistencia, facilidad de ventilación, ensamblables para apilarlos cuando están llenos y hay algunos que se pueden desarmar y apilar ocupando una cuarta parte del volumen de un cestillo armado.

Una vez que los cestillos con fruta han sido transportados desde el cultivo o del sitio de acopio hasta la fábrica procesadora, deben ser manipulados con cuidado teniendo en cuenta que la calidad de las frutas difícilmente

puede mejorar una vez retirada de la planta, en el mejor de los casos se puede mantener.

## **Flujo del proceso de producción**

Los procesos de producción se definen como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología, entendiéndose por tal el sistema de combinación de factores de producción.

## **Descripción de los Procesos**

### **Recepción de Materia Prima**

Una vez obtenida la materia prima, se seleccionan los frutos eliminando aquellos que están demasiado machacados, los podridos y los no completamente maduros. De acuerdo a lo visto anteriormente, el rendimiento final de pulpa refinada puede variar bastante, dependiendo de las condiciones en que los frutos llegan a la unidad de procesamiento.

### **Pesado**

Permite conocer con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor y a partir de esta cantidad se podrá conocer los porcentajes de la calidad de fruta que este suministra. Se espera que el mínimo sea fruta deteriorada o verde que no madure. También con este dato se podrá determinar el rendimiento en pulpa que esa variedad de fruta posee.

## **Desinfección y lavado de los Frutos**

El propósito de este paso es el disminuir al máximo la contaminación de microorganismos y conservar la calidad de la fruta además de cumplir con los estándares sanitarios y ofrece un alto grado de calidad a los clientes, Se lo realiza en agua con hipoclorito de sodio al 1%, este elemento no afecta la calidad de la fruta, el tiempo sede exposición es hasta de 5 minutos posteriormente, se debe enjuagar los frutos con agua limpia a fin de eliminar residuos del germicida.

## **Pasteurización en Marmita**

La pasteurización se realizará por inmersión de la mora en una marmita de doble chaqueta, con agua caliente y a presión, en general consiste en someter a la fruta a un calentamiento corto y posterior enfriamiento con el fin de ablandarla y con esto aumentar el rendimiento de la fruta, reducir aún más la carga microbiana que todavía permanece sobre esta y también inactivar enzimas que producen cambios indeseables en apariencia, color, aroma y sabor en la pulpa, aunque pueda estar conservada bajo congelación, el tiempo promedio que se somete a las moras es de 2 minutos

Existen diferentes tipos de equipos que permiten efectuar la pasterización. Están las marmitas de doble chaqueta por donde circula el vapor o elemento calefactor. Las hay de serpentín o las simplemente calentadas con una fuente de calor exterior a la marmita. Estas fuentes pueden ser estufas a gas, a gasolina u otro combustible.

## **Molido del fruto**

Acción que permite la desintegración de las estructuras de las frutas que facilitan la función del despulpado

## **Despulpado**

Es la operación en la que se logra la separación de la pulpa de los demás residuos como las semillas, cáscaras y otros. El principio en que se basa es el de hacer pasar la pulpa-semilla a través de una despulpadora. La máquina arroja por un orificio los residuos como semilla, cáscaras y otros materiales duros que no pudieron pasar por entre los orificios de la malla.

El proceso de despulpado se inicia introduciendo la fruta entera en la despulpadora, solo algunas frutas entre esas la mora, guayaba o fresa permiten esta acción directa, lo que se tendrá en cuenta a la hora de diversificar los productos, según las preferencias del consumidor. Otras frutas exigen procesos como pelas (guanábana) Cortar y separa la pulpa – semilla de la cascara (maracuyá), otras de ablandado por escaldado (tomate de árbol)

## **Empacado**

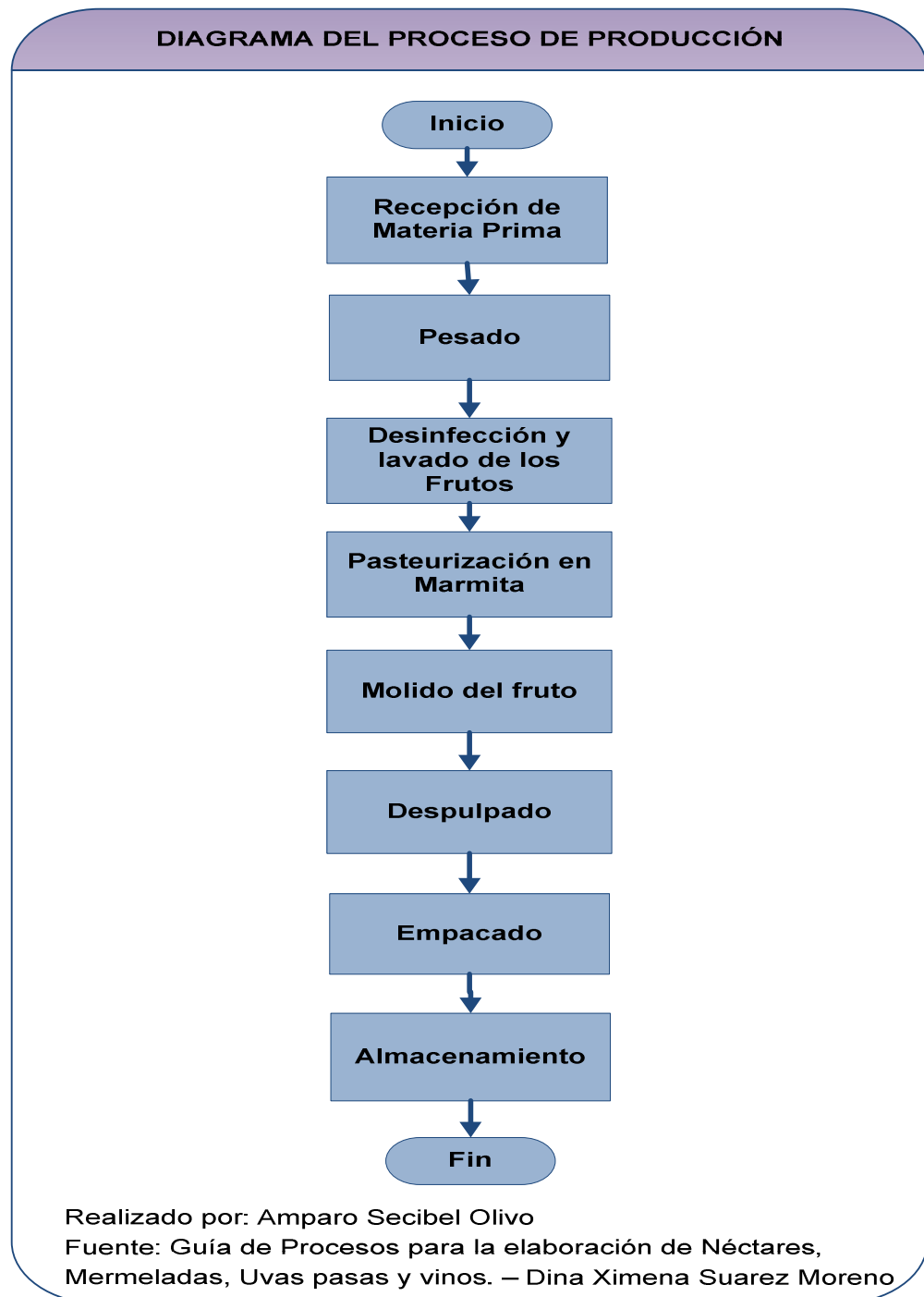
Las pulpas ya obtenidas deben ser aisladas del medio ambiente a fin de mantener sus características hasta el momento de su empleo. Esto se logra mediante su empacado con el mínimo de aire, en recipientes adecuados y compatibles con las pulpas como bolsas de polipropileno.

## **Almacenamiento:**

Se almacenan las pulpas congeladas pues el congelarlas disminuye la disponibilidad del agua debido a la solidificación del agua que caracteriza este estado de la materia. Al no estar disponible como medio líquido, muy pocas reacciones pueden ocurrir

A continuación se presenta el flujo del proceso productivo a nivel general, referente al producto.

**Figura N° 6**  
**Diagrama del proceso de producción**





### 3.2.6 Maquinaria y equipo

**Cuadro N° 17**  
**Maquinaria y equipo**  
**Dólares**

	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>Total</b>
Maquinaria			\$ 9.620,00
Maquina Pasteurizadora	1	\$ 800,00	
Despulpadora	1	\$ 2.490,00	
Balanza Electrónica 30kilos	1	\$ 90,00	
Maquina Empacadora Selladora	1	\$ 3.560,00	
Molino	1	\$ 2.680,00	

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.2.7. Construcciones e Infraestructura

**Cuadro N° 18**  
**Construcciones e infraestructura**  
**Dólares**

<b>Detalle</b>	<b>m2</b>	<b>Precio Unitario m2</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Acabados</b>	<b>Total</b>
Área de Procesamiento	80	\$ 163,78	\$ 13.102,40	\$ 1.000,00	\$ 14.102,40
Oficinas	10	\$ 163,78	\$ 1.637,80	\$ 200,00	\$ 1.837,80
Cuarto Frío	20	\$ 163,78	\$ 3.275,60	\$ 800,00	\$ 4.075,60

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.2.8. Personal

Dentro del Personal existirá un gerente encargado del manejo de la empresa, una secretaria contadora, encargada de llevar la contabilidad de la misma, 2 obreros que se encargaran del proceso productivo y almacenamiento de la pulpa y un chofer que entregará el producto en las tiendas de barrio según arrojaron las preferencias de los consumidores en cuanto a los canales de distribución:

**Cuadro N° 19**  
**Cuantificación de Personal**

	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Anual</b>
<b>Gerente</b>	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 292,00	\$ 65,00	\$ 600,00	\$ 8.027,03
<b>Secretaria - Contadora</b>	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 292,00	\$ 43,74	\$ 403,74	\$ 5.496,88
<b>Obrero 1</b>	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 292,00	\$ 36,45	\$ 336,45	\$ 4.629,40
<b>Obrero 2</b>	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 292,00	\$ 36,45	\$ 336,45	\$ 4.629,40
<b>Chofer</b>	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 292,00	\$ 43,74	\$ 403,74	\$ 5.496,88

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.2.9 Requerimientos Legales

Dentro del estudio técnico también es necesario analizar los requerimientos legales existentes, ya que estos constituyen un pilar fundamental en la realización de un determinado proyecto debido a que en estos requerimientos trascienden los alcances legales de cómo constituir y

formalizar una empresa, pues se refiere al estudio de las normas y regulaciones que existen en la localidad relacionadas con el tipo de proyecto y de la actividad económica que desarrollará el mismo, las mismas que podrían limitar el desarrollo del proyecto parcial o completamente.

Hay que tener en cuenta que los rubros que se determinen en este punto también afectaran a los costos económicos y operativos del proyecto, por lo que también deben ser cuantificados de una manera objetiva.

Los requerimientos legales básicamente se los puede determinar en cinco puntos clave:

#### **Permiso de Sanidad<sup>6</sup>.**

- “Exámenes de sangre y heces.
- Certificado de salud y una foto.
- Compra solicitud en tesorería.
- Copia de la cedula.
- Permiso bomberos.
- Acta de inspección.
- Certificado de capacitación. (obligatorio para embotelladoras).

#### **Registro de Marcas.**

Las marcas son los nombres o dibujos que usan las empresas para diferenciar sus productos o sus propia imagen de otras, para que el consumidor conozca e identifique el producto, éste, debe ser diferenciado de alguna manera de otros iguales que existen en el mercado. La diferenciación se logra mediante el uso de nombres, símbolos, frases, colores y/o dibujos que el consumidor asociara con nuestro producto, los documentos que se debe presentar son los siguientes:

---

<sup>6</sup> Dirección Provincial de Salud de Chimborazo.

- Copia de la cedula.
- Papeleta de votación del representante legal.
- Permiso bomberos.
- RUC.

### **Afectación Tributaria<sup>7</sup>.**

La empresa debe poseer la respectiva identificación tributaria (RUC) para poder funcionar normalmente y de esta manera poder pagar sus obligaciones tributarias. Para obtener el RUC se tendrá que presentar los siguientes documentos ante el Servicio de Rentas Internas (SRI):

- “Formulario 01-A con los datos completos y firmado por el representante legal. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Formulario 01-B datos de la ubicación de la sociedad. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del representante legal o el pasaporte y tipo de visa en caso de ser extranjero.
- Original y copia del nombramiento legalizado ya sea:
  1. Inscrito en el registro mercantil para las sociedades bajo la Superintendencia de Compañías.
  2. Reconocimiento de firmas para las sociedades de hecho.
  3. Abalizado por el organismo regulador para las sociedades sin fines de lucro.

---

• <sup>7</sup> <http://www.sri.gov.ec/>

- Copia del último pago de agua, luz o teléfono del lugar donde funciona la sociedad a nombre del representante legal, accionistas o socios.
- Si el inmueble donde funciona la sociedad es arrendada también tiene que traer una copia del último pago de agua, luz o teléfono y el contrato de arrendamiento legalizado. (Notariado o en el inquilinato).
- En el caso de que el inmueble donde funciona la sociedad no le cobran arriendo debe presentar la carta de cesión gratuita.
- Carta suscrita por el contador indicando su relación laboral o contractual con el contribuyente, copia de la cédula de identidad, papeleta de votación del contador.

### **Licencias<sup>8</sup>.**

Según el lugar de funcionamiento o de ejecución del proyecto, se tienen que realizar los trámites para obtener la licencia de funcionamiento. Este se efectuara ante la municipalidad de la ciudad o ante autoridad competente, presentando normalmente los siguientes documentos:

- Título de propiedad o contrato de alquiler.
- Copia de escritura de constitución de la empresa inscrita en registros públicos.
- Copia de documentos que acrediten el pago de tributos como predial, arbitrios.
- Copia de comprobante de inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC.).

### **Registro Sanitario<sup>9</sup>.**

- “Nombre completo del producto, marca comercial.

---

<sup>8</sup>Muy Ilustre Municipio de Riobamba.

<sup>9</sup> Dirección Provincial de Salud de Chimborazo.

- Nombre, razón social del fabricante y dirección, ciudad, sector, calle, número de casa.
- Lista de ingredientes (formula cuali-cuantitativa referida a 100 gr. incluye aditivos).
- Número de lote.
- Fechas elaboración del producto.
- Fecha de vencimiento del producto.
- Formas de presentación.
- Condiciones de conservación.
- Firma del propietario o representante legal y representante técnico.
- Certificado del control de calidad del producto, otorgado por cualquier laboratorio.
- Informe técnico del proceso de elaboración con la firma del representante.
- Ficha de estabilidad del producto que acredite el tiempo máximo, firma del técnico responsable y representante legal del laboratorio en donde fue realizado.
- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Proyecto de rotulo, o etiqueta del producto con datos INEN.
- El fabricante presentara una copia del certificado de su existencia y nombramiento del representante legal de la misma.
- Factura a nombre del Instituto Nacional de Higiene por derecho.
- Certificado del material de empaque.
- Interpretación del número de lote.

### **Formas societarias.**

La empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, pues por política del municipio no se quiere pasar de más de 6 socios, por lo tanto este tipo de compañía es la más adecuada, además de que permitirá mantener el control de la misma.

## DE LA CONSTITUCIÓN<sup>10</sup>.

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

“Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

---

<sup>10</sup>Ley de Compañías.

## DEL CAPITAL<sup>11</sup>.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la

---

<sup>11</sup>Ley de Compañías.



compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

#### DE LA ADMINISTRACION<sup>12</sup>.

“La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente. Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro

---

<sup>12</sup>Ley de Compañías.

de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato.

Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

#### DE LA FORMA DEL CONTRATO<sup>13</sup>.

“La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de

---

<sup>13</sup>Ley de Compañías.

mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en la Ley.

## AFECTACIÓN TRIBUTARIA<sup>14</sup>.

La empresa debe poseer la respectiva identificación tributaria (RUC) para poder funcionar normalmente y de esta manera poder pagar sus obligaciones tributarias. Para obtener el RUC se tendrá que presentar los siguientes documentos ante el Servicio de Rentas Internas (SRI):

- “Formulario 01-A con los datos completos y firmado por el representante legal. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Formulario 01-B datos de la ubicación de la sociedad. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del representante legal o el pasaporte y tipo de visa en caso de ser extranjero.
- Original y copia del nombramiento legalizado ya sea:
  1. Inscrito en el registro mercantil para las sociedades bajo la Superintendencia de Compañías.
  2. Reconocimiento de firmas para las sociedades de hecho.
  3. Abalizado por el organismo regulador para las sociedades sin fines de lucro.
- Copia del último pago de agua, luz o teléfono del lugar donde funciona la sociedad a nombre del representante legal, accionistas o socios.
- Si el inmueble donde funciona la sociedad es arrendada también tiene que traer una copia del último pago de agua, luz o teléfono y el contrato de arrendamiento legalizado. (Notariado o en el inquilinato).

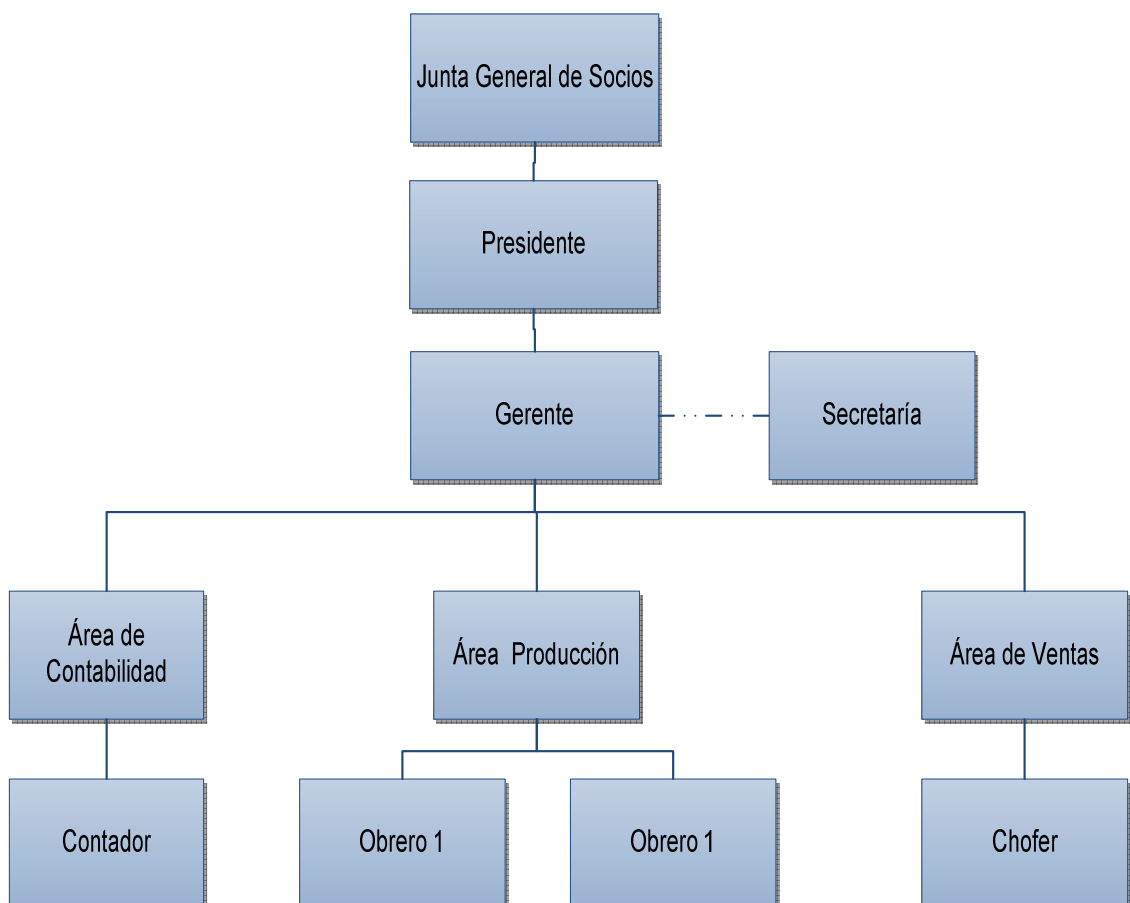
---

• <sup>14</sup> <http://www.sri.gov.ec/>

- En el caso de que el inmueble donde funciona la sociedad no le cobran arriendo debe presentar la carta de cesión gratuita.
- Carta suscrita por el contador indicando su relación laboral o contractual con el contribuyente, copia de la cédula de identidad, papeleta de votación del contador.

### 3.2.10. Estructura Organizacional

**Figura N° 7**  
**Organigrama**



Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### **3.3. Planeación Estratégica**

#### **3.3.1. Misión**

“La misión es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de manera muy general lo que quiere alcanzar la organización en función de sus aspiraciones y en cuanto a su papel en la sociedad.”<sup>15</sup>

La misión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

#### **¿Qué hace la organización?**

Fabricar y comercializar pulpa de mora

#### **¿Para qué?**

Para satisfacer las necesidades de los clientes

#### **¿Cómo?**

A través de una alternativa, saludable y de costo económico.

#### **¿Con que?**

Usando moras frescas y de alta calidad.

#### **¿Con que criterios?**

Con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.

---

<sup>15</sup>ANDRADE Raúl. Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial.

## **Estructuración de la Misión**

“Fabricar y comercializar pulpa de mora, para satisfacer las necesidades de los clientes, a través de una alternativa, saludable y de costo económico, usando moras frescas y de alta calidad, con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.”

### **3.3.2 Visión**

“La visión de la organización debe estar formulada por los líderes de la empresa y debe ser conocida por toda la organización, para tenerla en cuenta en las labores cotidianas, como para impulsar el compromiso con la empresa.”<sup>16</sup>

La visión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

¿Cómo sería la empresa dentro de 3 a 5 años?

¿Qué logros de su empresa le gustaría recordar dentro de 5 años?

¿Qué innovaciones podrían hacerse a los productos que ofrece la empresa?

¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?

¿Qué otras necesidades y expectativas del cliente podrían satisfacer los productos que ofrece su empresa dentro de tres a cinco años?

¿Qué talentos humanos especializados necesitaría su unidad de gestión dentro de tres a cinco años?

---

<sup>16</sup>ANDRADE Raúl. Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial.

## **Estructuración de la Visión.**

“Ser pioneros de la fabricación y comercialización de productos saludables, buscando nuevas alternativas para el consumidor, para mejorar su estilo de vida, implementando tecnología de punta para mejorar la calidad de sus productos”.

### **3.3.3. Valores Empresariales**

- **Orientación hacia el servicio al cliente**

Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos y externos; así como una constante investigación de sus necesidades.

- **Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios**

Constante preocupación y ejecución de acciones concretas para suministrar el producto que cumpla con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia en los procesos que se aplican en todas las etapas de la cadena productiva, considerando la protección del medio ambiente.

- **Transparencia interna y frente a la opinión pública**

Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.



- **Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos**

Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la Empresa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

### **3.3.4. Políticas empresariales**

- Mejoramiento de la imagen empresarial
- Control interno y Control Externo
- Utilización y cumplimiento de las leyes empresariales
- Posicionamiento de la imagen empresarial en el mercado
- Cumplimiento de las normas de Calidad
- Constante renovación e innovación de tecnología

### **3.5. Estudio Financiero**

El estudio financiero muestra una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrá que realizar al momento de montar la empresa, basados en los datos obtenidos previamente (Estudio Técnico) por lo que dichos datos deben haber sido recopilados de forma objetiva y confiable, para que la información que se refleje en el estudio financiero sea lo más ajustada a la realidad.

En el estudio financiero se realizaran:

- Inversiones.
- Estructura de costos.
- Flujo de Efectivo.
- Balance de situación inicial.
- Balance de situación final.

### **3.5.1. Objetivos**

#### **3.5.1.1. Objetivo general**

Determinar la sustentabilidad financiera que tiene el proyecto de generar liquidez y rentabilidad para sus inversionistas, a través de la evaluación de la inversión y sus resultados mediante la aplicación de fórmulas técnico-financieras.

#### **3.5.1.2. Objetivos específicos**

- Definir cuadro de las inversiones fijo, diferido y capital de trabajo, necesarias que se efectuaran para la creación de la empresa.
- Realizar el estado de costos.
- Realizar el estado de flujo del efectivo.
- Estructurar los estados financieros de situación inicial y final.

### **3.5.2 Inversiones**

Dentro de las inversiones que se realizarán se distinguen de tres tipos, inversión fija, intangible y capital de trabajo.

**Cuadro N° 20**  
**Cuadro de Inversiones**  
**Dólares**

	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión Fija</b>				\$ 50.398,00
Obras Civiles			\$ 18.178,00	
Área de Procesamiento		\$ 14.102,40		
Oficinas		\$ 1.837,80		
Cuarto Frio		\$ 4.075,60		
Maquinaria			\$ 9.620,00	
Maquina Pasteurizadora	1	\$ 800,00		
Despulpadora	1	\$ 2.490,00		
Balanza Electrónica 30kilos	1	\$ 90,00		
Maquina Empacadora Selladora	1	\$ 3.560,00		
Molino	1	\$ 2.680,00		
Muebles de Oficina			\$ 2.460,00	
Equipo de Oficina			\$ 740,00	
Equipo de cómputo			\$ 1.400,00	
Vehículo			\$ 18.000,00	
<b>Inversión Intangible</b>				\$ 3.050,00
Estudio del Proyecto		\$ 2.000,00		
Gasto de Constitución		\$ 1.050,00		
<b>Capital de Trabajo (mensual)</b>				\$ 4.065,43
<b>Materia Prima</b>			\$ 1.108,80	

Mora (tonelada)	1	\$ 1.108,80		
<b>Materiales Directos</b>			\$ 180,00	
Bolsas de polietileno	3600	\$ 0,05		
<b>Mano de obra</b>			\$ 771,57	
Obrero 1		\$ 385,78		
Obrero 2		\$ 385,78		
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			\$ 170,00	
Energía Eléctrica		\$ 70,00		
Mantenimiento		\$ 100,00		
<b>Gasto Administrativo</b>			\$ 1.141,99	
Sueldos		\$ 1.126,99		
Servicios Básicos		\$ 15,00		
<b>Gasto de Ventas</b>			\$ 693,07	
Sueldos		\$ 458,07		
Servicios Básicos		\$ 15,00		
Publicidad		\$ 100,00		
Combustible		\$ 120,00		
<b>Inversión Total</b>				\$ 57.513,43

Fuente: Investigación

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.3. Estructura de Costos

**Cuadro N° 21**  
**Estructura de Costos**  
**Dólares**

<b>Detalle</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>
<b>Materia Prima</b>		
Mora		\$ 26.611,20
<b>Materiales Directos</b>		
Bolsa de polietileno		\$ 2.160,00
<b>Mano de Obra</b>		
Obrero 1	\$ 4.629,40	
Obrero 2	\$ 4.629,40	
<b>Costos Indirectos de fabricación</b>		
Depreciación	\$ 6.162,79	
Amortización	\$ 610,00	
Energía Eléctrica		\$ 840,00
Mantenimiento	\$ 1.200,00	
<b>Gasto Administrativo</b>		
Sueldos	\$ 13.523,91	
Servicios Básicos	\$ 180,00	
<b>Gasto de Ventas</b>		
Sueldos	\$ 5.496,88	
Servicios Básicos	\$ 180,00	
Publicidad	\$ 1.200,00	
Combustible	\$ 1.440,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 39.252,38</b>	<b>\$ 29.611,20</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.4. Estado de Resultados

**Cuadro N° 22**

**Estado de Resultados**

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 79.920,00	\$ 84.147,77	\$ 88.599,18	\$ 93.286,08	\$ 98.220,92
Valor de salvamento					\$ 21.421,85
Costo de Producción	\$ 46.842,79	\$ 49.320,77	\$ 51.929,84	\$ 54.676,93	\$ 57.569,34
Utilidad Bruta	\$ 33.077,21	\$ 34.826,99	\$ 36.669,34	\$ 38.609,15	\$ 62.073,42
(-) Gastos de Administración	\$ 13.703,91	\$ 14.428,85	\$ 15.192,13	\$ 15.995,80	\$ 16.841,97
(-) Gasto de Ventas	\$ 8.316,88	\$ 8.756,84	\$ 9.220,08	\$ 9.707,82	\$ 10.221,37
Utilidad Neta	\$ 11.056,42	\$ 11.641,30	\$ 12.257,13	\$ 12.905,53	\$ 35.010,08
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 1.658,46	\$ 1.741,39	\$ 1.828,46	\$ 1.919,88	\$ 5.251,51
Utilidad a IR	\$ 9.397,96	\$ 9.867,85	\$ 10.361,25	\$ 10.879,31	\$ 29.758,57
(-) IR	\$ 2.161,53	\$ 2.269,61	\$ 2.383,09	\$ 2.502,24	\$ 6.844,47
Utilidad Neta	\$ 7.236,43	\$ 7.598,25	\$ 7.978,16	\$ 8.377,07	\$ 22.914,10

Fuente: Investigación

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.5. Flujo de caja proyectado

**Cuadro N° 23**

**Flujo de Caja Proyectado  
Dólares**

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 79.920,00	\$ 84.147,77	\$ 88.599,18	\$ 93.286,08	\$ 98.220,92
Valor de salvamento						\$ 21.421,85
Costo de Producción		\$ 46.842,79	\$ 49.320,77	\$ 51.929,84	\$ 54.676,93	\$ 57.569,34
Utilidad Bruta		\$ 33.077,21	\$ 34.826,99	\$ 36.669,34	\$ 38.609,15	\$ 62.073,42
(-) Gastos de Administración		\$ 13.703,91	\$ 14.428,85	\$ 15.192,13	\$ 15.995,80	\$ 16.841,97
(-) Gasto de Ventas		\$ 8.316,88	\$ 8.756,84	\$ 9.220,08	\$ 9.707,82	\$ 10.221,37
Utilidad Neta		\$ 11.056,42	\$ 11.641,30	\$ 12.257,13	\$ 12.905,53	\$ 35.010,08
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 1.658,46	\$ 1.741,39	\$ 1.828,46	\$ 1.919,88	\$ 5.251,51
Utilidad a IR		\$ 9.397,96	\$ 9.867,85	\$ 10.361,25	\$ 10.879,31	\$ 29.758,57
(-) IR		\$ 2.161,53	\$ 2.269,61	\$ 2.383,09	\$ 2.502,24	\$ 6.844,47
Utilidad Neta		\$ 7.236,43	\$ 7.598,25	\$ 7.978,16	\$ 8.377,07	\$ 22.914,10
( + ) depreciación		\$ 6.162,79	\$ 6.162,79	\$ 6.162,79	\$ 6.162,79	\$ 6.162,79
( + ) amortización		\$ 610,00	\$ 610,00	\$ 610,00	\$ 610,00	\$ 610,00
Inversión Fija	-50.398,00					
Inversión Intangible	-3.050,00					
Capital de Trabajo	-4.065,43					
Rec. Capital de Trabajo						4.065,43
Flujo de caja	-57.513,43	\$ 14.009,22	\$ 14.371,04	\$ 14.750,95	\$ 15.149,86	\$ 33.752,32

### 3.5.6. Estado de Situación Inicial

#### Estado de Situación Inicial

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>	\$ 4.065,43	<b>Pasivo Corriente</b>	\$ 0,00
Caja	\$ 4.065,43	<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	\$ 0,00
<b>Fijo</b>	\$ 53.448,00		
Obras Civiles	\$ 18.178,00		
Maquinaria	\$ 9.620,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	\$ 2.460,00	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	\$ 740,00		
Equipo de cómputo	\$ 1.400,00		
Vehículo	\$ 18.000,00		
Estudio del Proyecto	2.000,00		
Gasto de Constitución	1.050,00		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 57.513,43</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 57.513,43</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa



### 3.5.7. Balances

#### 3.5.7.1. Balance General Año 1

<b>Balance General año 1</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>			
	\$ 18.074,65		
Caja	\$ 18.074,65	<b>Pasivo a Corto Plazo</b>	\$ 0,00
		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	\$ 0,00
<b>Fijo</b>			
	\$ 46.675,21		
Obras Civiles	\$ 18.178,00		
Maquinaria	\$ 9.620,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	\$ 2.460,00	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	\$ 740,00		
Equipo de cómputo	\$ 1.400,00		
Vehículo	\$ 18.000,00	<b>Utilidades</b>	\$ 7.236,43
(-) depreciación acumulada	-\$ 6.162,79		
Estudio del Proyecto	2.000,00		
Gasto de Constitución	1.050,00		
(-) Amortización acumulada	-\$ 610,00		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 64.749,86</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 64.749,86</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.7.2. Balance General Año 2

<b>Balance General año 2</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>			
	\$ 32.445,69		
		<b>Pasivo a Corto Plazo</b>	\$ 0,00
Caja	\$ 32.445,69	<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	0,00
<b>Fijo</b>			
	\$ 39.902,42		
Obras Civiles	18178		
Maquinaria	9620	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	2460	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	740		
Equipo de cómputo	1400		
Vehículo	18000	<b>Utilidades</b>	\$ 7.598,25
(-) depreciación acumulada	-12325,58	<b>Utilidad Acumulada</b>	\$ 7.236,43
Estudio del Proyecto	2000		
Gasto de Constitución	1050		
(-) Amortización acumulada	-1220		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 72.348,11</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 72.348,11</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.7.3. Balance General Año 3

<b>Balance General año 3</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>	\$ 47.196,64		
Caja	\$ 47.196,64	<b>Pasivo a corto plazo</b>	\$ 0,00
		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	\$ 0,00
<b>Fijo</b>	\$ 33.129,63		
Obras Civiles	18178		
Maquinaria	9620	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	2460	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	740		
Equipo de cómputo	1400		
Vehículo	18000	<b>Utilidades</b>	\$ 7.978,16
(-) depreciación acumulada	-18488,37	<b>Utilidades Acumuladas</b>	\$ 14.834,68
Estudio del Proyecto	2000		
Gasto de Constitución	1050		
(-) Amortización acumulada	-1830		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 80.326,27</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 80.326,27</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.7.4. Balance General Año 4

<b>Balance General año 4</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>			
	\$ 62.346,50		
Caja	\$ 62.346,50	Pasivo a corto plazo	<b>\$ 0,00</b>
		Pasivo a Largo Plazo	\$ 0,00
<b>Fijo</b>			
	\$ 26.356,84		
Obras Civiles	18178		
Maquinaria	9620	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	2460	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	740		
Equipo de cómputo	1400		
Vehículo	18000	<b>Utilidades</b>	\$ 8.377,07
(-) depreciación acumulada	-24651,16	<b>Utilidades Acumuladas</b>	\$ 22.812,84
Estudio del Proyecto	2000		
Gasto de Constitución	1050		
(-) Amortización acumulada	-2440		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 88.703,34</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 88.703,34</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.5.7.5. Balance General Año 5

<b>Balance General año 5</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corriente</b>	\$ 92.033,39		
Caja	\$ 92.033,39	<b>Pasivo a Corto Plazo</b>	\$ 0,00
		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	\$ 0,00
<b>Fijo</b>	\$ 19.584,05		
Obras Civiles	18178		
Maquinaria	9620	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de Oficina	2460	<b>Capital</b>	\$ 57.513,43
Equipo de Oficina	740		
Equipo de cómputo	1400		
Vehículo	18000	<b>Utilidades</b>	\$ 22.914,10
(-) depreciación acumulada	-30813,95	<b>Utilidades Acumuladas</b>	\$ 31.189,90
Estudio del Proyecto	2000		
Gasto de Constitución	1050		
(-) Amortización acumulada	-3050		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 111.617,44</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 111.617,44</b>

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

### 3.6 Evaluación del Proyecto

#### 3.6.1. Valor Actual Neto

Para el cálculo del van se ha tomado una tasa de actualización de 9.82% que es la sumatoria de la inflación acumulada 5.29% y la tasa pasiva referencial fijada por el banco central del Ecuador 4.53%

**Cuadro N° 24**  
**Valor Actual Neto**  
**Dólares**

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 57.513,43	1	-\$ 57.513,43	-\$ 57.513,43
1	\$ 14.009,22	0,910580951	\$ 12.756,53	-\$ 44.756,91
2	\$ 14.371,04	0,829157668	\$ 11.915,86	-\$ 32.841,05
3	\$ 14.750,95	0,755015177	\$ 11.137,19	-\$ 21.703,86
4	\$ 15.149,86	0,687502438	\$ 10.415,56	-\$ 11.288,29
5	\$ 33.752,32	0,626026623	\$ 21.129,85	\$ 9.841,56

Fuente: Investigación

Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

El valor actual Neto esde \$ 9.841,56 al ser mayor que uno el proyecto es factible.

#### 3.6.2. Tasa interna de retorno

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Dicha evaluación permitirá conocer que tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un van negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 16%, para la aplicación de la fórmula de la misma

**Cuadro N° 25**  
**Valor Actual Neto**  
**Dólares**

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 57.513,43	1	-\$ 57.513,43	-\$ 57.513,43
1	\$ 14.009,22	0,862068966	\$ 12.076,91	-\$ 45.436,52
2	\$ 14.371,04	0,743162901	\$ 10.680,02	-\$ 34.756,50
3	\$ 14.750,95	0,640657674	\$ 9.450,31	-\$ 25.306,19
4	\$ 15.149,86	0,552291098	\$ 8.367,13	-\$ 16.939,06
5	\$ 33.752,32	0,476113015	\$ 16.069,92	-\$ 869,14

Fuente: Investigación  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

$$TIR = t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$$

$$TIR = 9,82\% + 6,18\% \cdot 0,92$$

$$TIR = 9,82\% + 6\%$$

$$TIR = 15,50\%$$

La tasa interna de retorno es de 15.50% misma que al ser mayor que la tasa de descuento (sumatoria de la inflación acumulada 5.29% y la tasa pasiva referencial fijada por el banco central del Ecuador 4.53%) indica que el proyecto es viable.

### **3.6.3. Relación Beneficio Costo**

**B/C= INGRESOS ACTUALIZADOS / EGRESOS ACTUALIZADOS**

$$B/C = \frac{\$ 67.354,99}{\$ 57.513,43}$$

$$B/C = \$ 1,17$$

La relación beneficio costo al ser mayor que uno indica que el proyecto es factible, y quiere decir que por cada dólar invertido, se obtiene 0.17 dólares de ganancia

### **3.6.4. Periodo de recuperación de la Inversión**

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se o realiza por regla de tres



### Cuadro N° 26

#### Período de recuperación de la inversión

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 57.513,43		
1		\$ 14.009,22	\$ 14.009,22
2		\$ 14.371,04	\$ 28.380,26
3		\$ 14.750,95	\$ 43.131,21
4		\$ 15.149,86	\$ 58.281,06
5		\$ 33.752,32	\$ 92.033,39
Regla de tres			
flujos	años	meses	
\$ 15.149,86	1	12	
\$ 14.382,23	0,94933075	11,39	

Fuente: Investigación  
 Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 11 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

#### 3.6.5. Punto de e Equilibrio

##### Punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{precio de venta} - \text{costo Variable Unitario}}$$

$$PE = \frac{39252,38}{1,85 - 0,69}$$

$$PE = \frac{39252,38}{1,16}$$

Punto de Equilibrio = 33706 unidades

Costo Fijo	39252,38
Costo Variable Unitario	0,68
Capacidad de producción anual	43200
Precio de Venta	1,85

### PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO

$$PEM = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PEM = \frac{\$ 39.252,38}{1 - \frac{\$ 29.611,20}{\$ 79.920,00}}$$

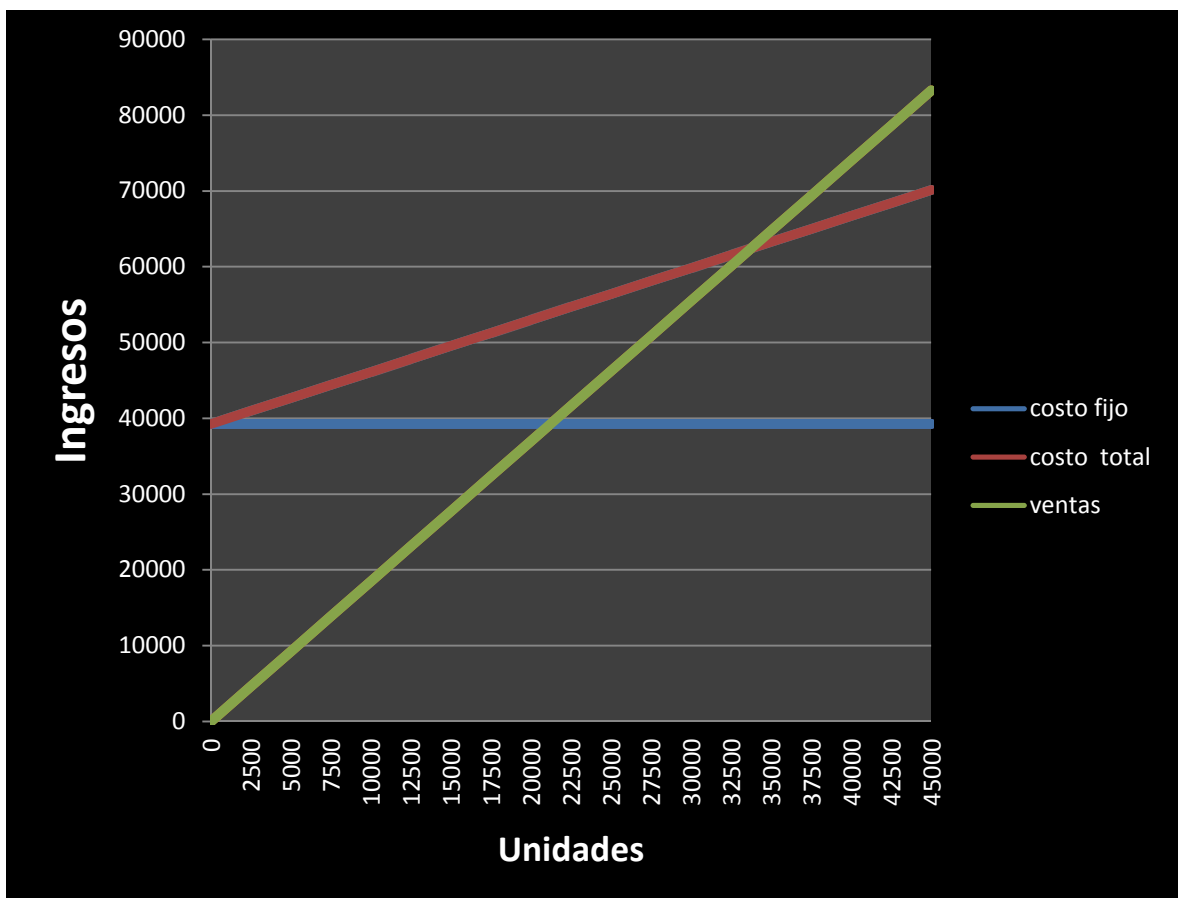
$$PEM = \frac{\$ 39.252,38}{1 - \$ 0,37}$$

$$PEM = \$ 62.355,89$$

El punto de equilibrio representa la cantidad mínima a producir para cubrir los costos y gastos totales, es decir que después de haber vendido la unidad

33706, la empresa habrá cubierto los costos y comenzará a generar utilidades y en lo que se refiere a los ingresos cuando llegue a \$ 62.355,89.

**Figura N° 8**  
**Punto de Equilibrio**



Fuente: Punto de equilibrio  
Realizado por: Amparo Secibel Olivo Noboa

## Capítulo IV

### 4. Conclusiones y Recomendaciones

#### 4.1. Conclusiones

- El estudio de mercado determinó resultados positivos, los cuales permiten visualizar una aceptación del 83%, de una pulpa de mora fabricada por una empresa municipal.
- Las personas encuestadas reflejan en su mayoría que preferirían adquirir el producto en tiendas de barrio, que en minimarkets y en el municipio.
- El rubro más alto en lo que se refiere a los costos es la materia prima es decir la adquisición de la mora.
- Después de haber realizado la evaluación al proyecto, mediante la aplicación de fórmulas técnico financieras y otros métodos de evaluación se ha podido obtener los siguientes resultados:

Punto de equilibrio: 33706 unidades

Periodo de Recuperación de la Inversión: 3 años 11 meses

Valor Actual Neto: \$ 9.841,56

Tasa Interna de retorno: 15.50%

Relación Beneficio/ Costo: \$ 1,17

Todos los resultados muestran que el proyecto es factible desde el punto de vista económico – financiero.

## 4.2. Recomendaciones

- Aprovechar la aceptación que tiene el producto dentro del mercado, pues las ventas son el pilar fundamental de una empresa y como se puede apreciar, si el producto tiene calidad y el precio adecuado, cumpliendo con las expectativas de los clientes tienen una alta probabilidad de darse.
- Se tiene que tomar en consideración que es muy importante el proveer a todas los minoristas el producto, especialmente en los barrios con mayores asentamiento poblacionales, aprovechando la información que se obtuvo en el estudio de mercado.
- Tener mucho cuidado y diligencia en lo que respecta a los permisos sanitarios ya que podría ocasionar demoras y gastos imprevistos, por los requisitos de adecuación que de exigen.
- Se deben realizar alianzas estratégicas con los proveedores de mora, pues al comprar grandes cantidades de las mismas, se deberá pedir descuentos y que el precio se mantenga equilibrado.
- Analizados todos los indicadores del proyecto como son el Punto de equilibrio 33706 unidades de una capacidad de producción total de 43200 unidades, un periodo de recuperación de la Inversión de 3 años 11 meses, de un periodo de evaluación de proyecto de 5 años, un valor actual neto de \$ 9.841,56 mayor a uno, una tasa interna de retorno de 15.50% superior a la tasa de descuento 9.82% (inflación acumulada + tasa pasiva) y la Relación Beneficio/ Costo de \$ 1,17 mayor a uno, se puede apreciar la rentabilidad del proyecto y se recomienda poner en marcha el proyecto

## **Resumen**

La idea de realizar un proyecto de factibilidad para la elaboración de pulpa de mora en el Cantón Pallatanganació de la necesidad de dar una nueva alternativa a la ciudadanía de consumir un producto natural y a un precio económico.

Se han utilizado encuestas con las cuales se obtuvieron principalmente las preferencias en cuanto a los gustos de los potenciales consumidores y todo lo relacionado al posible nicho de mercado, también se utilizó la revisión de bibliografía que consistió en recolectar información segura y confiable por medio de libros, folletos, módulos, por último en investigación electrónica (Internet) con la cual se obtuvieron datos reales y actuales de las variables macroeconómicas.

Dentro de la propuesta se ha manipulado un formato de proyecto preestablecido el cual nos ha llevado desde el estudio de mercado, pasando por el estudio técnico, el estudio financiero y evaluación financiera.

Se han obtenido resultados favorables, el proyecto tiene un buen rendimiento para el inversionista pues la inversión se recupera dentro de tres años 9 meses, además de resultar positivo en lo que se refiere al valor actual neto y la relación beneficio costo, con una tasa interna de retorno del 17.50%, encima de la tasa de oportunidad.

Por último se han realizado recomendaciones dado que en el desarrollo del proyecto se han encontrado variables que lo afectan directamente en la parte financiera, como es el caso del costo de la mora, que es uno de los rubro más difíciles de manejar por su alto costo, por lo tanto se ha recomendado el hacer alianzas estratégicas con los proveedores de las mismas para mantener constante los costos, por otro lado se recomienda aprovechar la aceptación que tiene el producto dentro del mercado y poner el proyecto en marcha.

## **Summary**

The present thesis of study “A Feasibility Study for the making of mulberry pulp in the Canton Pallatanga” was born from the need of giving a new alternative to the citizenship of consuming a natural product at an economic price.

Polls were carried out to know preferences of potential customers and all the related to the possible market.

Inside the proposal, a pre established project format has been manipulated beginning with the study of market, technical study, financial study, and the financial evaluation.

Favorable results have been obtained, the entrepreneurship has a good yield for the investor, since the investment is recovered in three years and 11 months, besides, turning it positive in the current value and the relation benefited cost, with an internal tax of 15.50%, on the opportunity valuation.

It is recommended to do strategic alliances with the fruit providers to keep the costs constant, to make use of the product acceptance on the market and to run the project.

## **Bibliografía**

AVALOS, Juan Alberto; Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Edit. Seracomp, Riobamba, 2005, 58p.

CHIRIBOGA, Luis. Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano, Edit. Electrónica, Quito, 2003.

CRUZ, Luis; Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una aplicación práctica., Ed. Asociación María Augusta, Quito 2002.

Jones H.R.; Waste Disposal Control in the Fruit and Vegetable Industry, Edit. Noyes Data Corporation, New Jersey, 1973.

LARREA, Pedro. Guía Metodológica "3er Concurso de Emprendimientos 2008". Edit. ESPOCH, Riobamba 2008

MUÑOS, Eduardo. Guía Metodológica "2do Concurso de Emprendimientos 2007". Edit. Espoch, Riobamba, 2007, 113p.

TAMAMES, Ramón. "Estructura Económica Internacional", 16 Ed. Edit. Alianza S.A. Madrid, 1999, 576p.

## **INTERNET**

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, Tasa de desempleo, 2012 ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)) (en línea)

SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA, Trámites, requisitos para certificaciones, 2012 (<http://www.sesa.mag.gov.ec/>) (en línea)

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Índices, Tasas, Estadísticas, 2012 (<http://www.inen.gov.ec>) (en línea)



# Anexos



## ANEXO 1

### ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO.



### FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

### ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

### ENCUESTA Nro.....

#### OBJETIVO:

Determinar la aceptación del producto pulpa de Mora en el Cantón de Pallatanga

1. ¿Consume Usted pulpa de fruta?

SI.....

NO.....

2. ¿Qué marca consume usted?

Frutasi.....

Jugofacil.....

Pulpanas.....

Otra.....

Ninguna.....

3. ¿Cada qué tiempo adquiere pulpa de mora?

1 a 3 veces por semana.....

Mensual.....

4 a 6 veces por semana.....

Quincenal.....

4. ¿Compraría Pulpa de Mora fabricada por una empresa Municipal? Demanda

Si.....

NO.....

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por 500 g de pulpa de mora?

1,80 dólares...

1,90 dólares...

2,00 dólares...

2,10 dólares...

6. ¿En dónde preferiría adquirir Ud. el producto?

- Tiendas de barrio...
- Supermercados....

6. ¿Qué presentación le gustaría?

250g.....

500g.....

750g.....

1000g.....

8. ¿De qué otras frutas le gustaría que se realicen pulpas?

Piña..... Frutilla..... Guayaba.....Otra.....

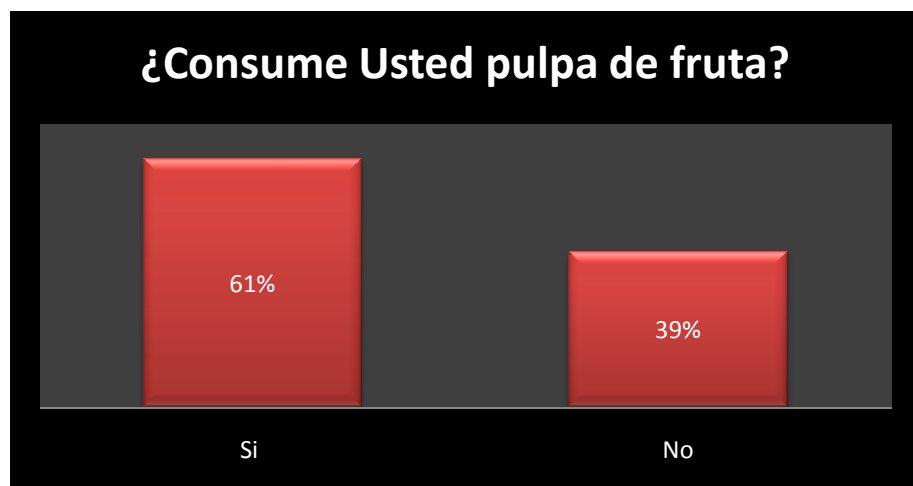
**GRACIAS POR SU COLABORACION**

## ANEXO 2

### Tabulación y graficación de datos

#### ¿Consume Usted pulpa de fruta?

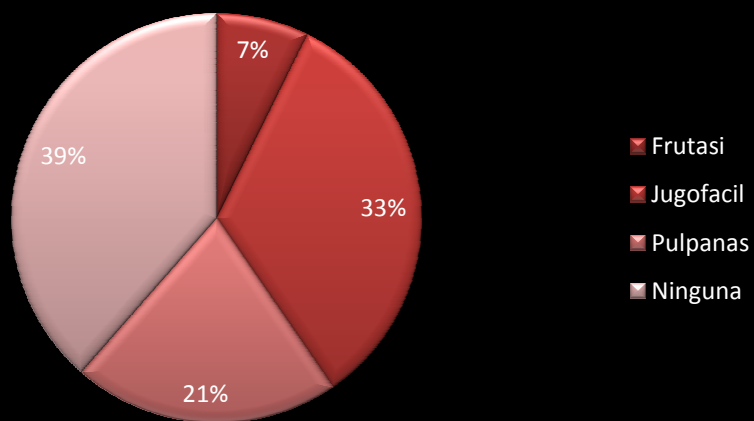
Si	228	61%
No	143	39%
Total	371	100%



#### ¿Qué marca consume usted?

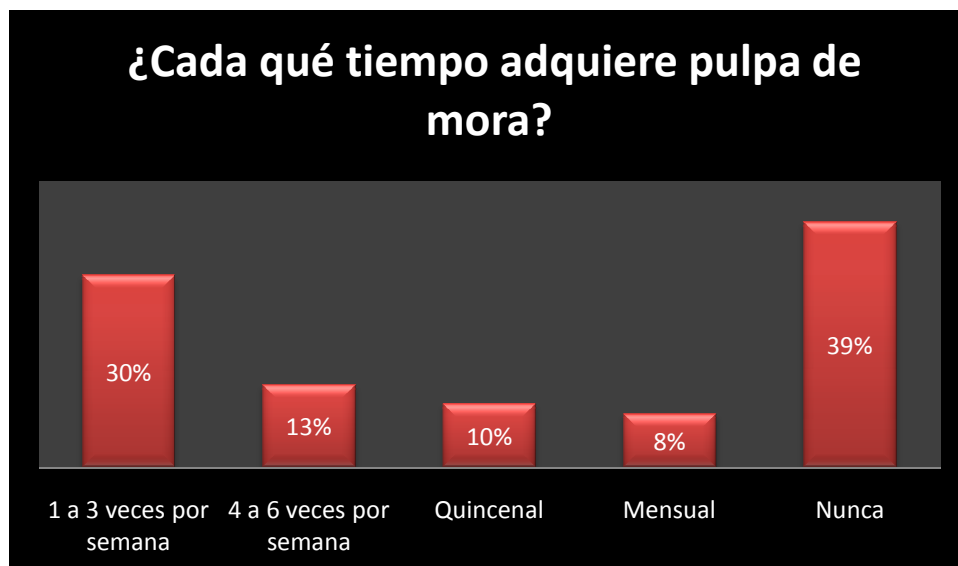
Frutasi	27	7%
Jugofacil	123	33%
Pulpanas	78	21%
Otra	0	0%
Ninguna	143	39%
Total	371	100%

### ¿Qué marca consume usted?



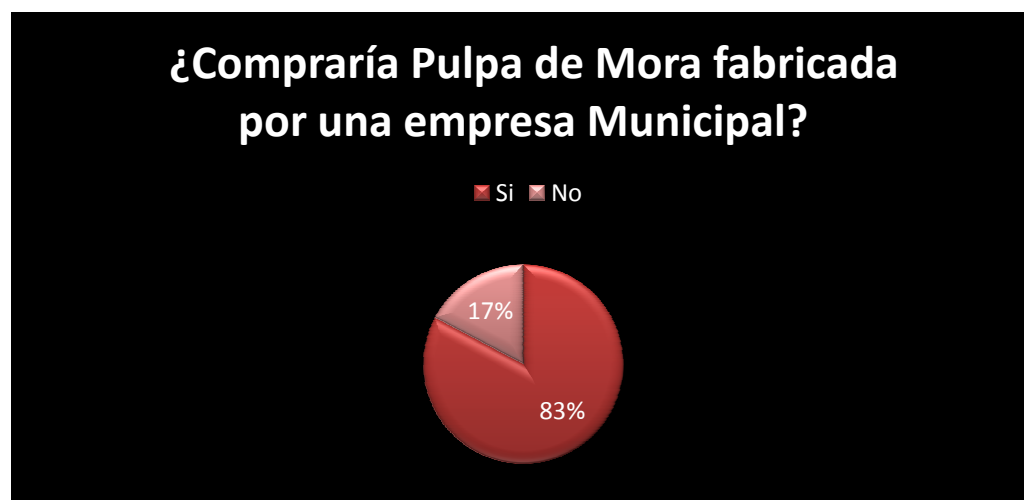
### ¿Cada qué tiempo adquiere pulpa de mora?

1 a 3 veces por semana	112	30%
4 a 6 veces por semana	48	13%
Quincenal	37	10%
Mensual	31	8%
Nunca	143	39%
Total	371	100%



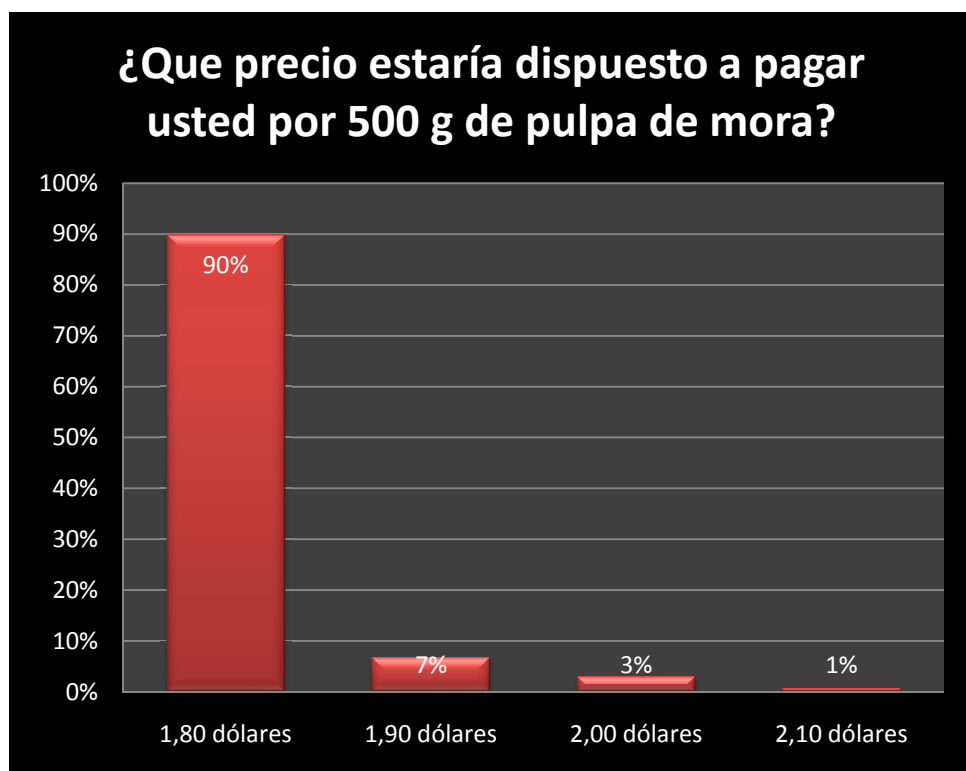
**¿Compraría Pulpa de Mora fabricada por una empresa Municipal?**

Si	307	83%
No	64	17%
Total	371	100%



**¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por 500 g de pulpa de mora?**

1,80 dólares	333	90%
1,90 dólares	25	7%
2,00 dólares	11	3%
2,10 dólares	2	1%
Total	371	100%



**¿En dónde preferiría adquirir el producto pulpa de mora?**

Municipio	10	3%
Tiendas de barrio	359	97%
Minimarkets	2	1%
Total	371	100%



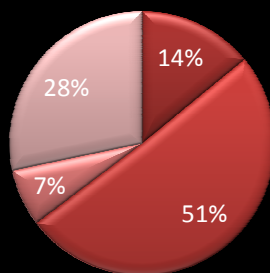
**¿Qué presentación le gustaría?**

250 g	52	14%
500 g	188	51%
750 g	26	7%
1000 g	105	28%
Total	371	100%



## ¿Qué presentación le gustaría?

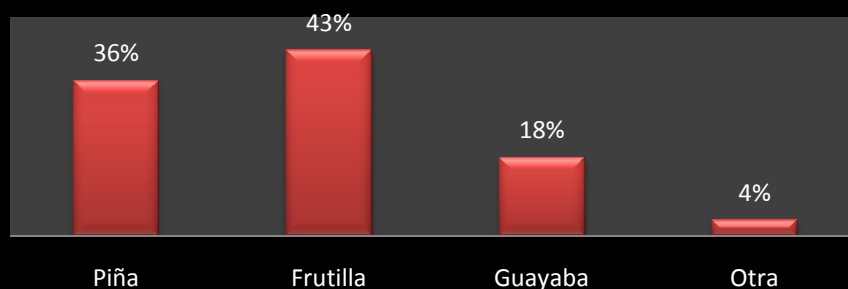
250 g 500 g 750 g 1000 g



## ¿De qué otras frutas le gustaría que se realicen pulpas?

Piña	132	36%
Frutilla	158	43%
Guayaba	67	18%
Otra	14	4%
Total	371	100%

## ¿De que otras frutas le gustaría que se realicen pulpas?



### Anexo 3


### Proformas maquinaria

	<b>Fabricación de equipos para industria alimenticia y restaurantes.</b>	Dirección:	Francisco de San Miguel (C65-33) y
			Tamara Ortiz - La Magdalena
		Teléfono:	2444 948 - Celular 993241488
		E-mail:	ecoserv2004@gmail.com
		Horario de atención:	9 am a 5pm, Lunes a Viernes, Sábado y Domingo previa cita. Quito - Ecuador

Cotización 2277

Amparo Olivo

En relación a su petición de precios, me permito presentarle para su consideración la siguiente propuesta de equipos, de acuerdo a sus comentarios, creemos que cumplen ampliamente con sus expectativas

	Despulpadora 50, 150 Kg por hora Construida en acero inoxidable para alimentos Sistema de despulpado especial en acero Garantía y servicio técnico post-venta Envíos a todo el país <b>Precio: \$ 1350</b>
	Despulpadora 50, 150, 300 y 600 Kg por hora Construida en acero inoxidable para alimentos Sistema de despulpado especial en acero Garantía y servicio técnico post-venta Envíos a todo el país <b>Precio: \$2490</b>

Departamento de Ventas



**\$3.990USD**

Ubicación: Quito, Pichincha, Ecuador

Fecha de publicación: Octubre 19

Teléfono:  02-2424272 

### Descripción

VENDO DESPULPADORAS DE FRUTA MULTIFUNCIÓN: Despulpa, licua, tritura trocitos para mermeladas o helados y pica frutas, viene con juego de cuchillas y desmembradores, para tal efecto, de fácil manipulación de 1m de longitud por casi un metro de alto, grande de inox y robusta para todo tipo de frutas y su alto tráfico, dos o más tamices de acuerdo a su necesidad, además le ofrecemos garantía por un año que considera asesoramiento técnico para los procesos de producción, mantenimiento y stock de repuestos, transporte y servicio de diseño y construcción de mobiliario. Atención dentro y fuera de la ciudad DISPROMEC  02-2424272  095766415

**\$2.850USD**



Ubicación: Quito, Pichincha, Ecuador

Fecha de publicación: Julio 28

Teléfono: 24 24 272

### Descripción

DESPULPADORA DE frutas 400 Kg/h APTA PARA PRODUCCIÓN EN LÍNEA MESON DE ACERO INOXIDABLE 10 JABAS PLÁSTICAS GRANDES UTENSILLOS DE ACERO INOXIDABLE PARA PROCESOS SOLO POR \$ 2850

LLAMAR SOLO INTERESADOS AL  083 018 650   
[jencor@live.com](mailto:jencor@live.com)

**\$3.150USD**

Ubicación: Quito, Pichincha, Ecuador

Fecha de publicación: Septiembre 21

Teléfono:  095 766 415 

### Descripción

VENDO DESPULPADORA DE frutas diseño robusto construcción en acero inoxidable 304, motor 2HP amplia tolva para trabajo EN LÍNEA ÚNICA QUE LE PERMITE DESPULPAR TODO TIPO DE FRUTAS YA SEA DE SEMILLA GRANDE O PEQUEÑA INCLUYE 2 TAMICES 2 AGITADORES CON CUCHILLAS O DESMEMBRADORES, TOTALMENTE RECUBIERTA EN ACERO INOXIDABLE POR LO QUE SE FACILITA SU LIMPIEZA SIN PRESENTAR CON EL TIEMPO CORROSIÓN EN NINGUNO DE SUS COMPONENTES REQUISITO INDISPENSABLE PARA LA OBTENCIÓN DE REGISTRO SANITARIO

#### Anexo 4

Cuadro de Depreciaciones - Amortizaciones								
Expresado en dólares								
Detalle	Valor	%	1	2	3	4	5	Valor residual
<b>Depreciación Inversión Fija</b>								
Obras Civiles								
Área de Procesamiento	14.102,40	5	705,12	705,12	705,12	705,12	705,12	10.576,80
Oficinas	1.837,80	5	91,89	91,89	91,89	91,89	91,89	1.378,35
Cuarto Frio	4.075,60	5	203,78	203,78	203,78	203,78	203,78	3.056,70
Maquinaria								
Maquina Pasteurizadora	800,00	10	80	80	80	80	80	400,00
Despulpadora	2.490,00	10	249	249	249	249	249	1.245,00

Balanza Electrónica 30kilos	90,00	10	9	9	9	9	9	45,00
Maquina Empacadora Selladora	3.560,00	10	356	356	356	356	356	1.780,00
Molino	2.680,00	10	268	268	268	268	268	1.340,00
Muebles de Oficina	2.460,00	10	246	246	246	246	246	1.230,00
Equipo de Oficina	740,00	10	74	74	74	74	74	370,00
Equipo de cómputo	1.400,00	20	280	280	280	280	280	0,00
Vehículo	18.000,00	20	3600	3600	3600	3600	3600	0,00
<b>Total</b>			6162,79	6162,79	6162,79	6162,79	6162,79	
<b>Amortización Inversión Intangible</b>								
Estudio del Proyecto	2.000,00	20	400	400	400	400	400	0,00
Gasto de Constitución	1.050,00	20	210	210	210	210	210	0,00
<b>Total</b>			610	610	610	610	610	