



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Tesis de Grado previo a la  
obtención del título de ingeniero  
en Gestión Empresarial

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO  
DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ  
(PASSIFLORA EDULIS) EN EL CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014.

**AUTOR:**

JAIR ANTONIO TAPIA CEDEÑO

**DIRECTORA:**

ING. GINA RENDÓN GUERRA, MGE

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2016**

## **DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **JAIR ANTONIO TAPIA CEDEÑO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**JAIR ANTONIO TAPIA CEDEÑO**

## CERTIFICACIÓN

La suscrita **Ing. Gina Rendón Guerra, MGE** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **Jair Antonio Tapia Cedeño**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en ; Gestión Empresarial titulada **“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Centro De Almacenamiento Y Comercialización De Maracuyá (Passiflora Edulis) En El Cantón El Empalme, Año 2014.”**. Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

Ing. Gina Rendón Guerra, MGE  
**DIRECTOR DE TESIS**



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ (PASSIFLORA EDULIS) EN EL CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014.”.**

Presentado al Consejo Académico de la facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

**Aprobado:**

---

Ing. Birmania Velasco Barahona, MSc.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

Ing. Carlos Alexis Villacís Láinez, MSc.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

Dra. Martha Arboleda Briones, MSc.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2016**

## **AGRADECIMIENTO**

El autor deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien, a mi madre quien siempre me dio su apoyo incondicional y ha incentivado a continuar con mi meta establecida.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial a la Ing. Gina Rendón Guerra, MGE, por su colaboración, conocimiento, y ayuda brindada en la elaboración de la tesis y a los catedráticos de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial que durante mis años de estudios de tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Y a todas y cada una de las personas que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación realizado con esfuerzo y dedicación va dedicado a dios por darme la salud y fortaleza diarias y lograr mis metas propuestas, a las personas que de una u otra forma han contribuido para su realización, a mis padres y en especial a mi madre que ha sido el pilar fundamental que en todo momento me dio su apoyo de manera incondicional.

A mis amigos por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todos los duros momentos e incentivarme a continuar aun cuando se presentaron obstáculos, Y a todos los docentes de que durante todo este tiempo portaron su granito de arena para ser de sus estudiantes unos excelentes profesionales.

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
Aprobado: .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
SUMMARY .....	xi
DUBLÍN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN).....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPITULO I.....	xv
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	xv
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.2. OBJETIVOS .....	3
1.2.1. General .....	3
1.2.2. Específicos.....	3
1.3. HIPÓTESIS .....	4
1.3.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	4
1.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN .....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	21
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	28

CAPÍTULO III.....	32
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	32
3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.1.1. DESCRIPTIVO.....	33
3.1.2. INDUCTIVO .....	33
3.1.3. DEDUCTIVO.....	33
3.1.4. ANALÍTICO.....	33
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.2.1. Descriptivo .....	33
3.2.2. Explicativo.....	34
3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.3.1. Técnicas.....	34
3.3.2. Instrumento.....	34
3.3.3. Fuentes de Información.....	34
3.4 Población y Muestra .....	34
3.4.1 Población .....	34
3.4.2 Muestra.....	35
3.4.3 Tamaño de la muestra .....	35
CAPÍTULO IV .....	37
RESULTADO Y DISCUSIÓN.....	37
4.1. RESULTADOS.....	37
4.2. DISCUSIÓN .....	50
CAPÍTULO V .....	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	62
5.1. Conclusiones.....	63
5.2. Recomendaciones.....	64
CAPÍTULO VI .....	65
BIBLIOGRAFÍA, LINKOGRAFÍA Y ANEXOS .....	65
6.1. Bibliografía .....	66
6.2. Linkografía .....	67
6.3. Anexos .....	68

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Actividad Agrícola.....	38
Cuadro 2. Cultivo de Maracuyá.....	38
Cuadro 3. Barreras de comercialización .....	40
Cuadro 4. Asesoría Técnica.....	41
Cuadro 5. Centro de Acopio.....	42
Cuadro 6. Egresos de Cosecha .....	43
Cuadro 7. Cosecha del Producto .....	44
Cuadro 8. Ingresos de Cosechas.....	45
Cuadro 9. Compradores del Producto.....	46
Cuadro 10. Niveles actuales de Cosecha .....	47
Cuadro 11. Beneficios en el Centro de Acopio.....	48
Cuadro 12. Transporte del Producto .....	49
Cuadro 13. Detalles de Activos.....	53
Cuadro 14. Depreciación .....	54
Cuadro 15. Inversión del proyecto .....	55
Cuadro 16. Cálculo del capital de trabajo.....	55
Cuadro 17. Tasa de interés y cuota .....	55
Cuadro 18. Tabla de amortización .....	56
Cuadro 19. Gastos administrativos .....	56
Cuadro 20. Gastos generales .....	57
Cuadro 21. Gastos de ventas .....	57
Cuadro 22. Costos de Materia Prima .....	58
Cuadro 23. Ingreso de ventas.....	58
Cuadro 24. Estado de resultados.....	59
Cuadro 25. Flujo de caja.....	60
Cuadro 26. Cálculo del TMAR .....	61
Cuadro 27. VAN y TIR .....	61

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio tiene como finalidad la creación de un Centro de Almacenamiento y comercialización de maracuyá en el Cantón El Empalme y establecer la factibilidad de la inversión que beneficie a un importante sector de productores de maracuyá, considerando que este centro contribuirá a mejorar las condiciones socio económicas de estas familias productoras del sector.

En el proceso de la investigación se logró desarrollar el marco contextual a través del análisis de la situación actual de la problemática que existe sobre la comercialización de maracuyá, además se plantearon los objetivos, se formularon las hipótesis y se realizó la justificación; seguidamente se estructuró el marco teórico con los términos más relevantes de acuerdo a los objetivos programados y desarrollando la fundamentación teórica, conceptual y legal, indicadores que sirvieron para lograr los resultados alcanzados.

Se aplicó la metodología de la investigación identificando los métodos, tipos, técnicas, fuentes de información, determinación de la población y la respectiva muestra, los mismos que fueron aplicados en el desarrollo del trabajo.

Seguidamente se encontraron los resultados pertinentes en base a un estudio de mercado, donde se estableció la demanda insatisfecha sobre la comercialización del producto; un estudio técnico que permitió establecer el proceso operativo de la empresa identificando entre otros la localización, el tamaño, los equipos, maquinarias, materias primas necesarios para poner en marcha el proyecto; el estudio económico demostró la factibilidad de la inversión a través del estado de resultado donde se demuestra que existe un superávit o una utilidad neta durante los años de vida del proyecto; la evaluación financiera demostró la viabilidad de la inversión, donde se demuestra que los indicadores financieros VAN y TIR permiten poner en marcha el proyecto.

Finalmente se establecieron las debidas conclusiones y recomendaciones.

## SUMMARY

The study aims at creating a Centre Storage and marketing of fruit in Canton El Empalme and establish the feasibility of investment that benefits an important sector of passion fruit producers, considering that this center will contribute to improve the socio economic conditions of these farming families in the sector.

In the course of the investigation it was possible to develop the contextual framework through the analysis of the current situation of the problem that exists on the marketing of passion, besides the objectives plated, assumptions were made and the justification was made; then the theoretical framework was structured with the most relevant terms in accordance with the objectives and developing the theoretical, conceptual and legal foundation, indicators that were used to achieve development results achieved.

The research methodology was applied to identify the methods, types, techniques, sources of information, identification of the population and the respective sample, the same as were applied in the development work.

Then the relevant results were found based on market research, where the unmet demand for marketing the product was established; a technical study which established the operational business process including identifying the location, size, equipment, machinery, raw materials necessary to implement the project; economic study demonstrated the feasibility of the investment through the income statement where it is shown that there is a surplus or net profits during the years of the project; financial evaluation demonstrated the viability of the investment, which shows that the NPV and IRR financial indicators useful in implementing the project.

Finally the necessary conclusions and recommendations were established.

## DUBLÍN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Titulo/Title	M	Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Centro De Almacenamiento Y Comercialización De Maracuyá (Passiflora Edulis) En El Cantón El Empalme Año 2014.
2	Creador/Creator	M	Jair Antonio Tapia Cedeño Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón El Empalme. Para el logro de los objetivos se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	ING. Gina Rendón Guerra, Msc
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type		

		M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

## INTRODUCCIÓN

El Empalme es un cantón netamente agrícola donde se produce y comercializan varios productos como: café, cacao, maíz, arroz, soya, maracuyá, fréjol de palo, banano y cítricos. Ubicado en el centro del Ecuador con un clima subtropical que estimula a propios y extraños a nadar en sus diferentes ríos que son fuentes de agua dulce que existen en sus alrededores.

El presente trabajo surge por la producción agrícola que mantiene un alto nivel de rendimiento, y que le originan diversidades de ingresos al agricultor y mueve la economía de la zona generando riqueza y bienestar, en el caso de este proyecto, la obtención de maracuyá.

El Empalme, es un cantón, cuya producción y comercialización plantea nuevos desafíos frente a las tendencias mundiales de la globalización como son las firmas de convenio de intercambio comercial, dentro de los cuales el fruto es un actor principal. Sin embargo a pesar de estos antecedentes, se ha podido observar que la producción ha tendido a bajar, debido al mal manejo de sus recursos humanos, financieros y técnicos, lo cual los limita a tener un bajo perfil en este mercado, por ello, para mejorar la calidad, los precios y la comercialización, se plantea esta investigación, sobre la creación de una empresa para almacenar y comercializar Maracuyá en el cantón El Empalme, Provincia del Guayas.

# **CAPITULO I**

## **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los habitantes del cantón El Empalme, en su gran mayoría se dedican a la siembra de varios tipos de cultivos agrícolas, entre los que sobresalen el maíz, la caña de azúcar, maracuyá, el cacao, el arroz, banano, piña, plátano, entre otros.

El sector de agricultores dedicados a cultivos de ciclo corto desde hace muchos años vienen enfrentado serios inconvenientes a la hora de comercializar el producto, esto se origina que como son pequeños finqueros, las empresas compradoras les pagan menos del precio oficial establecido siendo perjudicados y hasta en varias veces estafados.

El mismo fenómeno ocurre a la hora de adquirir los insumos y materiales para mantener el cultivo, las empresas dedicadas a ese negocio, los proveen con un precio mayor al normal, el criterio de las empresas proveedoras es, que ellos no llegan a una gran cantidad de terreno y por eso no les pueden dar el “precio de productor” si no el precio normal del producto.

Pronostican que si la situación sigue de la misma manera, no les quedara otra opción que vender sus fincas o tal vez, cambiar de cultivo por uno que denote menor cuidado de insumos y de mano de obra.

Tomando en cuenta esa problemática, se plantea utilizar mecanismos para proteger la escuálida economía de los pequeños agricultores de este Cantón.

### **1.1.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Sector:** Agrícola.

**Cantón:** El Empalme.

**Provincia:** Guayas

### **1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Permitirá el estudio de factibilidad a través de: un análisis de mercado, técnico, económico y financiero, implementar un centro de acopio y comercialización de maracuyá en el cantón el Empalme?

### **1.1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera el estudio de mercado permite identificar la necesidad insatisfecha de los agricultores sobre la existencia de un centro de acopio de maracuyá?

¿Cómo determina el estudio técnico el proceso operativo de la planta?

¿Cómo incide el estudio económico en la factibilidad de la inversión?

¿Podrá el estudio financiero determinar la rentabilidad de la inversión?

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. General**

Realizar un estudio de factibilidad para implementar un centro de acopio y comercialización de maracuyá en el cantón el Empalme.

### **1.2.2. Específicos**

- ❖ Diseñar el estudio técnico para establecer la localización, definir el tamaño, identificar el proceso de producción, el impacto ambiental y la organización de la planta.
- ❖ Elaborar el estudio económico para identificar los ingresos, la inversión inicial, los costos totales de producción, administración, ventas y financieros, activos fijos y diferidos, capital de trabajo entre otros.
- ❖ Realizar la evaluación financiera del proyecto sobre la rentabilidad de la inversión.

## **1.3. HIPÓTESIS**

### **1.3.1. HIPÓTESIS GENERAL**

El estudio de factibilidad permite implementar un centro de acopio y comercialización de maracuyá en el cantón el Empalme.

### **1.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- ❖ El estudio técnico establece la localización, define el tamaño, identifica el proceso de producción, el impacto ambiental y la organización de la planta.
- ❖ El estudio económico identifica la factibilidad de la inversión a través de los ingresos, la inversión inicial, los costos totales de producción, administración, ventas y financieros, activos fijos y diferidos, capital de trabajo entre otros.
- ❖ La evaluación financiera del proyecto concluye la rentabilidad de la inversión.

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar los graves problemas que afectan a los pequeños agricultores productores de maracuyá del cantón El Empalme en los procesos de, cosecha y venta del producto. Se analizará todo lo referido a la comercialización, hacia qué lugares está dirigida la venta y cuáles son los mejoramientos que se les debería hacer al cultivo, también el rendimiento que se obtiene con la venta del producto, las estrategias que aplican los productores para el mercadeo del rubro y los mercados que son abastecidos por el mismo.

El mismo fenómeno ocurre a la hora de adquirir los insumos y materiales para mantener el cultivo, las empresas dedicadas a ese negocio, los proveen con un costo mayor al normal; el criterio de las empresas proveedoras es, que ellos no llegan a una gran cantidad de terreno y por eso no les pueden dar el “precio de productor” si no el costo normal del producto. Pronostican que si la situación sigue de la misma manera, no les quedará otra opción que vender sus fincas o tal vez, cambiar de cultivo por uno que denote menor cuidado de insumos y de mano de obra, como la caña de azúcar por ejemplo.

Tomando en cuenta esa problemática, se plantea utilizar mecanismos para proteger la escuálida economía de los pequeños agricultores en el cantón El Empalme. Estableciendo la creación de un centro de comercialización de maracuyá estratégicamente ubicado.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Almacenamiento**

Es un espacio creado específicamente para el almacenamiento de granos y otros elementos agrícolas, que se mantienen allí en condiciones ideales hasta el momento de su comercialización, los centros de almacenamiento pueden tener mayor o menor tamaño, dependen básicamente de la capacidad productiva que pueda tener un campo.

Los centros de almacenamiento son estructuras sumamente necesarias en el ámbito de la agricultura porque facilitan el acopio de los productos de los productos mientras se procesa los canales de comercialización.

### **Localización**

El objetivo general es por supuesto llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca, 2010).

La corporación Financiera Nacional indica que en la localización deben considerarse los costos detallados de los terrenos, relacionar su utilización con los procesos de ingeniería, las facilidades y costos del transporte, relacionar el proyecto con el destino de su producción, el tiempo de vida de los productos, como también con las facilidades de contratación de mano de obra y provisión de materias primas, insumos, materiales etc. La localización dependerá de las facilidades de infraestructura básica vial, de comunicaciones, sanitaria, energética, agua de riego, como de las seguridades necesarias para cubrir riesgos laborales y de terceros.

## **Definición de producto**

En esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.

Lo define como algo más que un objeto, es el placer que le proporciona al comprador: cuando una persona adquiere un frigorífico está comprando algo más que un motor y un congelador, está comprando el producto que le merece mayor confianza, la línea que más le gusta, la garantía más duraderas (Sapag, 2010).

## **La Distribución**

Distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración pues afecta de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia(Cordoba, 2013, pág. 78).

## **Canales de distribución**

Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dicho productos(Cordoba, 2013, pág. 79).

## **Análisis de los Canales de distribución**

Con el fin de satisfacer la demanda. Hay dos tipos de intermediarios:

- Comerciantes, que adquieren el título de propiedad de los productos.
- Agentes, quienes sirven de contacto entre el productor y el vendedor(Morales, 2010, pág. 75).

## **TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

**Productos-consumidores.** El productor vende directamente al consumidor.

**Productores-minorista-consumidores.** En este caso existe un solo intermediario entre el comprador y el productor.

Productores-mayorista-minoristas-consumidores. En la medida que la empresa tiene mayor cobertura de mercado, es mayor el canal de distribución utilizado(Morales, 2010, pág. 76).

## **Oferta**

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc. Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores(Cordoba, 2013).

### **Comercialización**

Debe quedar claro que el término “comercial” no es una relación que exclusivamente se da en el ámbito privado, también las empresas estatales que prestan servicios acuden a la comercialización para entrar en contacto con sus abonados; es el caso por ejemplo de los mensajes que aparecen en las facturas de cobro, o en las carteleras públicas, o en las cuñas de radio y televisión, orientados a estimular el ahorro de energía (Miranda, 2012, pág. 133).

### **Estructura de los canales de comercialización**

Para conocer mejor el proceso que se dan en la comercialización de un bien o servicio, se precisa de un conjunto de relaciones organizacionales entre los productores, los intermediarios y, desde luego, los usuarios finales. Estas relaciones corresponden a la llamada estructura de los canales y toma variada formas dependiendo de las condiciones específicas como se presente la organización del mercado:

- Relación directa entre el productor y el consumidor. En este el caso del campesino lleva sus productos a la puerta de la casa del consumido (Miranda, 2012, págs. 134-135).

## **Márgenes de comercialización**

El margen de comercialización es una medida del costo de comercialización en cada etapa de proceso. En términos generales se puede definir como la diferencia entre el precio que paga el consumidor y el valor que recibe el productor o la empresa que presta el servicio(Miranda, 2012, pág. 135).

## **Selección de canales de comercialización**

Cuando se trabaja a nivel de factibilidad o de diseño definitivo, resulta útil por las repercusiones que tiene principalmente en los presupuestos financieros, elaborar, así sea en forma provisional, mapas de los posibles canales de comercialización, calculando los valores agregados y preseleccionando los agentes en cada una de las etapas identificación de los segmentos de población .El punto de partida para ,lograr un diseño adecuado de canales de comercialización es la identificación de los segmentos de población a los cuales se quiere llegar, vale a decir la clientela potencial del proyecto(Miranda, 2012, pág. 136).

**Maracuyá**, según el Manual de exportador de frutas, Colombia 2010 indica que el maracuyá es originario del trapecio amazónico y Brasil el mayor productor mundial. Es una fruta de gran valor por su intenso sabor y su alta acidez y por lo mismo se utiliza como base para bebidas industrializadas, aunque también existen variedades de dulces.

## **Usos del maracuyá**

Según Corporación Proyecto de Exportaciones no tradicionales, PROPEXAN, Quito, 2007. Expresan que su uso como fruta en estado natural, no es muy conocido en los mercados internacionales, que están familiarizados con el jugo concentrado. Los frutos tienen un peso promedio de 100 a 150 g por unidad y se empaquetan en cajas de cartón alrededor de 33 frutos con un contenido neto de 3 Kg., ya que un promedio de 10 a 12 frutas pesa un Kg.

En forma de concentrado, La elaboración de concentrado de 500 Brix es el principal producto agroindustrial, ya que posee ciertas características que lo hacen muy apropiado para este proceso como es un bajo costo de envasado, esto se debe a que se lo hace en fundas plásticas de polietileno y en tanques metálicos, cuyos costos no son significativos y su almacenamiento es congelado, para evitar el uso de preservantes y evitar su descomposición. A este proceso está sometida la mayor parte de producción de la fruta. Se lo envasa en fundas de polietileno, las mismas que serán introducidas en unos tanques metálicos (tambores), que son cerrados con un aro de seguridad para ser transportados.

En forma de jugo; se extrae del fruto una vez que se ha eliminado la semilla y cualquier impureza que presente. Luego se lo preserva por sistemas térmicos mediante una planta pasteurizadora donde se realiza el proceso de cocido – enfriado rotativo o por enfriamiento (congelación), mediante este último procedimiento, el producto ofrece mejores cualidades. Después que ha sido endulzado y diluido, la bebida que se obtiene tiene muy buen sabor, el mismo que puede ser utilizado en combinación con otras frutas para preparar diversas recetas de cocina en la preparación de bebidas, dulces o cócteles.

En forma de Néctar, el néctar se obtiene a partir del extracto del maracuyá, al que se le agrega agua, azúcar y ácido. Actualmente se lo industrializa en jugos combinado con puré de banano, encontrándose en el mercado como la pasiflora.

## ORIGEN

(BEJARANO, W. 1992) manifiesta que es generalmente aceptado que el maracuyá (*Passiflora edulis*) es originario de América. Es un componente tradicional de la cultura de Brasil, país en el que existe una gran producción tanto para su consumo interno como para su exportación, pero se ha desarrollado también en Colombia, Ecuador y, más recientemente en Perú, Venezuela y Costa Rica. Su producción comercial se inició en Australia en los años 40, dirigida al mercado europeo; posteriormente, empresas europeas lo llevaron a Kenia, Sudáfrica y otros países del mismo continente. Actualmente se cultiva en 37 países de 5 continentes.

OLAYA, C. 1992, indica que en Brasil, el centro de origen del maracuyá, era llamado por los indígenas “maraú-ya”, que proviene de fruto “marahu”, que a su vez viene de “ma-ra-ú” que significa “cosa que se come de sorbo”, por lo que la unión de las dos palabras significa “fruto que se come de un sorbo”; al conocerla los colonizadores, la palabra se degeneró llegando a la que hoy se conoce como maracuyá.

Olaya, (1992) señala que el maracuyá, “fruta de la pasión”, “parchita” o “pasionaria” (*Passiflora edulis*) es una planta perenne trepadora del género *Passiflora*, nativa de las regiones subtropicales de América, para la decoración es apreciada por sus flores y por su fruto. La infusión de sus hojas y flores se utiliza, además, con efectos medicinales.

## **Estudio Técnico**

En el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se dispongan. Para iniciar el estudio, se debe tener en claro los siguientes cuestionamientos: donde, cuanto, cuando, como y con que se va a producir, los cuales permitirán definir el tamaño, la localización y los equipos e instalaciones optimas a utilizar, permitiendo sugerir la organización requerida para el proyecto(Florez, 2012, pág. 179).

## **Tamaño Del Proyecto**

Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.(Cordoba, 2013).

## **La determinación del tamaño**

Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores(Urbina, 2010).

## **Factores para determinar el tamaño de la planta**

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos,

localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto, entre otras(Sapag, 2010, pág. 181).

### **La optimización del tamaño**

El tamaño óptimo tiene que ver con aspectos como:

- Relación precio- volumen
- Relación costo-volumen
- El tamaño del proyecto se incrementa hasta el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal.
- La estructura de los costos se mantiene constante hasta cierto límite, así: sobre ciertos niveles de producción es posible que ciertos costos bajen por economía de escala, mientras otros suben. Para poder vender más de ciertos volúmenes es posible que los precios tengan que reducirse (Cordoba, 2013).

### **Localización de la planta de producción**

En este sentido, es importante la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden el proyecto de inversión. Se denomina ubicación” ventajoso” porque contribuye a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja en un margen atractivo de utilidad tanto para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto de inversión(Morales, 2010, pág. 88).

## **Ingeniería del proyecto**

Para ello luego de haber identificado las características propias del produservicio se procede analizar los siguientes factores:

- Tecnología de producción
- Proceso industriales
- Flujo grama básicos del proceso.
- Descripción del proceso productivo
- Cálculo de la producción
- Cálculo de la maquinaria y equipo necesario
- Cálculo de la materia prima
- Recursos humanos del proyecto
- Cálculo de las áreas de edificios
- Distribución de la planta
- Área de almacenamiento(Prieto, 2012, pág. 109).

## **Estudio Financiero**

Se inicia con el conocimiento detallado de los estudios financieros que se van a proyectar. A saber si el balance general, estado de resultado y flujo de caja. Para su estudio es necesario proyectarlos a cinco años tiempo que se considera prudente para analizar si la inversión es o no rentable, así como el evento de obtener financiación, poder determinar si en este plazo al cancelar la obligación, el proyecto resiste el sistema de pago escogido. Igualmente existen algunas líneas de crédito para el fenómeno de las MIPYMES que están diseñadas para que los pagos se realicen a cinco años o más (Cordoba, 2013).

## **Flujo de Beneficio Neto del Proyecto**

Se parte de la definición del flujo de beneficio neto, que ordena la secuencia de las inversiones, costos y beneficios del proyecto. Relaciona estos con el momento en que se producen y permite, en consecuencia, establecer en qué momento el proyecto demandara o generara recursos.

El flujo de beneficio neto es una herramienta de análisis del proyecto. En efecto, a partir de construir el flujo de fondo se puede analizar:

- Si el proyecto, en su versión “base”, es convenientes o no.
- ¿Cuál es el efecto sobre el proyecto de un cambio en las principales variable?
- ¿Cuál es el efecto del riesgo sobre el proyecto?
- ¿Qué tipo de financiamiento es el más adecuado?(Cordoba, 2013, pág. 186).

## **Inversión**

Las decisiones que se adoptan en el estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de diversos modos desde el punto de vista financiero. Inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos financieros suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes, que implican la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización(Cordoba, 2013, pág. 191).

## **Capital de trabajo**

Corresponde al conjunto de recursos necesario para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes(Florez, 2012, pág. 215).

## **Costo de Producción**

No son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico. El proceso de costeo en producción es una actividad de ingeniería más que de contabilidad si se determina que el proceso productivo requiere de 25 obreros y sucede que cuando arranca la planta se observa que son insuficientes y que aún faltan tres trabajadores más la responsabilidad no será de contabilidad, que se concretó a anotar el salario de los trabajadores que se le solicitaron (Urbina, 2010).

## **Punto de Equilibrio**

Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (Urbina, 2010).

## **Estado de Perdida y ganancia**

Muestra los ingresos y gastos así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado, generalmente un año. Es un estado dinámico ya que se refleja una actividad. Es acumulativo es decir resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el, último día del periodo. Denominado anteriormente como estado de resultado, el estado de resultado es una de las herramientas financieras más importantes para evaluar la gestión económica de una organización, así como también una importante guía en el proceso de toma de decisiones gerenciales. el estado de resultado resume las transacciones correspondiente a los ingresos generados por el ente económico, así como los costos y gastos incurridos a lo largo de un periodo contable (Florez, 2012).

## **Flujo de Caja**

El flujo de caja utilizado en la proyección financiera compila los conceptos de flujo de caja operativos, financiero y del inversionista. Los rubros que se incluyen son los que tienen movimiento al proyectar cifras del estado de resultado o del balance general.

Su estructura se inicia cuando se constituye la sociedad y se aportan los recursos ya sean en efectivos, activos fijos, o en otra modalidad definida por los socios (Florez, 2012).

## **Evaluación financiera**

Es la que calcula la rentabilidad de la inversión en término de los dos índices más utilizados, que son el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de rendimiento (TIR). La aplicación de estos conceptos requiere de varias competencias. Primero requiere de análisis e interpretación de datos duros, visión estratégica y usos de las tecnologías de información y aplicación (Urbina, 2010).

## **VAN (Valor Actual neto)**

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Urbina, 2010).

### **TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)**

Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Urbina, 2010).

### **PRI (PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION)**

Córdova, manifiesta que el periodo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo del tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivos de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto (Cordoba, 2013).

### **Razón Beneficio Costo (RBC)**

Córdova, muestra que la razón beneficio costo, llamada también índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que uno, entonces acepta el proyecto(Cordoba, 2013).

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

### **Selección del Mercado Objetivo**

El mercado objetivo es un grupo de persona, posibles clientes, que tienen similares deseos y necesidades y que espera tengan interés en los productos de la empresa; por tal razón la compañía, mediante sus estudios de investigación de mercado debe conocerlos, dirigiendo hacia ellos las actividades y esfuerzos del departamento de mercado, dando como resultado una satisfacción mutua, para la compañía y para el cliente, en sus operaciones de marketing mix y de ventas, tratando la empresa de aumentar continuamente la satisfacción de sus clientes(Van Den Berghe, 2012, pág. 162).

### **Medición y pronóstico de la demanda**

Se debe estimar el tamaño presente y futuro del mercado, identificado los productos de la competencia, estimar sus ventas presentes y determinar si el mercado es lo bastante grande para aguantar, con una buena rentabilidad, otro producto. Respecto al mercado potencial, su crecimiento del grupo que use este producto y sus características de edad, ingresos y gustos, de la situación económica del país del sector o mercado al que se desea penetrar.(Van Den Berghe, 2012, pág. 163).

### **Posicionamiento en el mercado**

El posicionamiento de un producto en el mercado, es el proceso de establecer una imagen identificable del producto en la mente de los consumidores.

Para posicionar un producto en el mercado, se debe previamente estudiar y analizar los factores de su medio ambiente que influyen directa o indirectamente en su comercialización; estos factores son:

- Medio político y legal
- Medio social y cultural
- Medio tecnológico
- Medio económico
- Medio competitivo(Van Den Berghe, 2012, pág. 166).

### **Investigación de Mercado**

La investigación de mercado tiene como objetivo conocer los mercados actuales o potenciales de los productos o servicios que están en el mercado o la forma como el producto que se planea vender podría ser recibido por el público o los consumidores(Van Den Berghe, 2012, pág. 168).

### **Distribución del producto**

Un canal de distribución es una serie de organizaciones interdependientes que transportan el producto o servicio desde el fabricante hasta el consumidor final, pueden ser mayorista, minorista, agentes exclusivos o distribuidores; algunos les ponen un valor agregado, les cambian el empaque o los re-empacan en pequeñas cantidades, más accesible a los consumidores, facilitando su mercado(Van Den Berghe, 2012, pág. 175).

### **Determinación del precio de venta**

Se entiende por precio la cantidad de dinero que una persona está dispuesta a dar por un bien o servicio. Si los clientes aceptan la oferta mediante su volumen de compras, el precios es el adecuado; de lo contrario habrá que hacerle ajuste o

modificaciones en su presentación, distribución o valor(Van Den Berghe, 2012, pág. 180).

## **Estudio Técnico**

### **Ubicación de la planta de producción**

La selección del sitio adecuado es una decisión crítica, debe ser realizada por un comité integrado por el gerente general y sus directivos; la primera decisión es si la planta debe ser propia o arrendada; una buena localización afecta el crecimiento de la empresa; debe ubicarse en una área de rápido crecimiento con industrial comercial, con facilidad de acceso y con servicios públicos; si la empresa es industrial debe estar cerca de los proveedores; si es comercial, debe ubicarse cerca de los centros de consumo y en área de gran crecimiento poblacional y un gran potencial de mercado(Van Den Berghe, 2012, pág. 210).

### **Distribución de la planta**

Para realizar su distribución se deben tener en cuenta el tamaño de la planta y el flujo de producción que se haya escogido, si está orientada al producto, al proceso, a componentes fijos o al tipo de pedido(Van Den Berghe, 2012, pág. 211).

### **Determinación del Tamaño de la demanda del producto**

Esta función la realiza el departamento de mercados, el cual lo reporta a producción, departamento que determina cuantas unidades debe producir para cubrir la demanda solicitada por mercados(Van Den Berghe, 2012, pág. 213).

## **Sistema de Almacenamiento**

Se debe determinar el sistema de almacenaje, que consiste en guardar las mercancías en un almacén o depósito hasta que pasen a producción, en el caso de las materias primas; o salgan para su distribución y venta, en el caso del producto terminado (Van Den Berghe, 2012, pág. 219).

## **Estudio Financiero**

### **Análisis Financiero**

Su función está en recopilar los estados financieros de los últimos periodos para realizar un análisis vertical-comparar las cifras de un estado financiero determinado, obteniendo el porcentaje de cada elemento con relación al valor total-y horizontal-comparar la misma cifra en diferentes estados financieros para conocer su comportamiento de crecimiento o decrecimiento, con el fin de analizar las relaciones entre las diferentes cifras, observando los cambios presentados en las operaciones de la empresa (Van Den Berghe, 2012, pág. 291).

### **Flujo de Efectivo**

Desde el punto de vista financiero, para los proyectos de inversión se considera la suma de la utilidad neta más la amortización y depreciaciones del ejercicio. En toda inversión que se realiza es preciso recuperar el monto de la inversión y, en este caso, mediante las utilidades que genera la inversión. De esta manera, los beneficios neto más la depreciación y la amortización por cada uno de los años en el horizonte de tiempo que se considera durara la inversión, son el elemento de recuperación financiera del proyecto de inversión (Morales, 2010, pág. 177).

## **Costos**

Constituyen la valoración monetaria del gasto originado por la utilización o consumo de un factor productivo. Se distingue para determinar el costos total de un producto, los costos fijos y los costos variables, que sumados dan el desembolso inicial que aporta el empresario para comenzar la producción(Garcia, 2011, pág. 109).

## **Capital de Trabajo**

El capital de trabajo está constituido por un conjunto de recursos que, siendo absolutamente imprescindible para el funcionamiento del proyecto, son parte del patrimonio del inversionista y por ello tienen el carácter de recuperable. Si bien no quedaran a disposición del inversionista al término del periodo de evaluación(porque el proyecto seguirá funcionando, en el mayor número de casos, después de ese periodo), son parte de lo que ese inversionista tendrá por haber hecho la inversión en el proyecto(Sapag, 2010, pág. 276).

## **Flujo de caja**

El constante movimiento financiero que ocurre en la empresa como producto de su actividad, cuando transforma materias primas, agrega insumos, mano de obra, energía y materiales; cuando comercializa mercaderías, productos o servicio; cuando recibe ingreso por la ventas al contado o a plazos; cuando paga por las compras efectuadas, salarios, contribuciones sociales, impuestos, servicios de tercero, cuando realiza transacciones bancarias, efectúa inversiones y capta financiamiento, genera un flujo permanente de entrada y salidas de recursos(dinero), denominado flujo de caja(Garcia, 2011, pág. 113).

## **Flujo neto de efectivo**

El flujo neto de efectivo se determina por medio del monto de utilidades netas más la amortización y depreciación del ejercicio. La utilidad neta depende de los ingresos por ventas menos los costos y gastos que se obtienen por la fabricación de los productos o prestación de los servicios; a su vez, esto ingresos, costos y gastos depende de factores tales como:

- Aceptación del producto por parte de los consumidores.
- Nivel de ventas de los productos.
- Precio de venta del producto.
- Existencia de productos sustitutos y complementarios.
- Cambios de tecnología de la fabricación y uso de productos.
- Cambios de precios de la materia primas en insumos.
- Cambios de precios de la mano de obra(Morales, 2010, pág. 246).

## **Evaluación Financiera**

La evaluación financiera permite conocer y medir la utilidad que genera el proyecto de inversión, a fin de compararla con los estándares de rendimiento aceptados en los proyectos de inversión en los mercados financieros donde operan estas inversiones(Morales, 2010, pág. 177).

## **Valor Actual Neto (VAN)**

El valor presente neto es la diferencia del valor presente neto de los flujos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se

define como la suma de los valores actuales o presente de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presente de las inversiones netas(Morales, 2010, pág. 186).

### **Tasa Interna De Retorno (TIR)**

Esta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivos igualen el monto de la inversión(Morales, 2010, pág. 194).

### **Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuanto años los flujos de efectivo igualaran el monto de la inversión inicial.(Morales, 2010, pág. 182).

### **Relación Beneficio Costo (RBC)**

El análisis económico del “costo-beneficio” es una técnica de evaluación que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto, comparando el valor actualizado de unos y otros(Miranda, 2012, pág. 272).

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La Constitución Del Ecuador, 2008, Indica que los requisitos para crear una compañía de responsabilidad limitada son:

**El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.

Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de sudominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

**Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

## **Socios**

**Capacidad:** Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

**Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

## **Capital**

**Capital mínimo.-** La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a 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. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de

una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen.

Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

**Participaciones.-** Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

**El objeto social:** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción, hecha de operaciones

de banco, seguras, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.  
(Constitución DelEcuador, 2008).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.1.1. DESCRIPTIVO**

Se describió el estado actual de cosas, personas, hecho; explicando sus distintas partes, cualidades y circunstancias dando una idea completa del fenómeno que se investigó sobre el centro de almacenamiento y comercialización de maracuyá en el Cantón El Empalme.

### **3.1.2. INDUCTIVO**

Mediante este método se pudo obtener un concepto global de la situación con la ayuda de todas las variables que intervienen en la investigación sobre el centro de almacenamiento y comercialización de maracuyá en El Empalme. ,

### **3.1.3. DEDUCTIVO**

A través de este método se logró establecer cuál es el problema que existe en la población objetiva sobre la comercialización de maracuyá

### **3.1.4. ANALÍTICO**

Por medio de este método se analizó en su totalidad el proyecto sobre la comercialización y almacenamiento de maracuyá.

## **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Descriptivo**

La investigación permitió la recolección de datos sobre el objetivo del proyecto y la predicción e identificación de las relaciones que existen entre las variables.

### **3.2.2. Explicativo**

Permitió identificar la problemática de la investigación a través del diagnóstico de la misma.

## **3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1. Técnicas**

Se aplicó una encuesta a los agricultores productores de maracuyá del cantón El Empalme a través de un cuestionario de preguntas sobre la comercialización de la fruta.

### **3.3.2. Instrumento**

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario de pregunta dirigida a los productores de Maracuyá del cantón EL Empalme.

### **3.3.3. Fuentes de Información**

Se acudió a fuentes primarias de información a través de trabajo de campo y fuentes secundarias a toda información documentada sobre el objetivo de esta investigación a través de ministerios, instituciones, libros, revistas, internet entre otras.

## **3.4 Población y Muestra**

### **3.4.1 Población**

Para determinar el universo de la investigación se realizó un censo con la finalidad de identificar a los productores de maracuyá del cantón El Empalme, cuyos resultados arrojaron 300 personas dedicadas a esta actividad.

### 3.4.2 Muestra

Para realizar la investigación se tomó en cuenta a la totalidad de agricultores, productores de maracuyá en el cantón El Empalme.

### 3.4.3 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró el universo, el mismo que estará integrado por los agricultores productores de maracuyá del Cantón El Empalme, para determinar el número de encuestas a realizar, se estableció el grado de confianza y el margen de error, el nivel de confianza entre otras.

Se aplicará la fórmula de población finita, menos de 100.000 unidades.

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

**Datos:**

**n**= ¿? muestra

**N** = Universo objetivo 300 agricultores de maracuyá

**Z** = Nivel de confianza del 95 % 1.96

**e** = Margen de error del 5%, 0.05

**p**= 50%, 0.50

**q** =no ocurrencia 50%, 0.50

**Desarrollo**

$$n = \frac{3,8416 \times 0,50 \times 0,50 \times 300}{0,0025(300) + 3,8416 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{288,12}{0,75 + 0,9604}$$

$$n = \frac{288,12}{1,7104}$$

$$n = 168$$

**N=168 Encuestas**

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADO Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. RESULTADOS**

Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas realizada a los productores de maracuyá del Cantón El Empalme, para conocer su criterio sobre estudio de

factibilidad para la creación de un centro de almacenamiento y comercialización de maracuyá (*passiflora edulis*) en el Cantón El Empalme año 2014.

### 1.- ¿Cuánto tiempo se ha dedicado a la actividad agrícola?

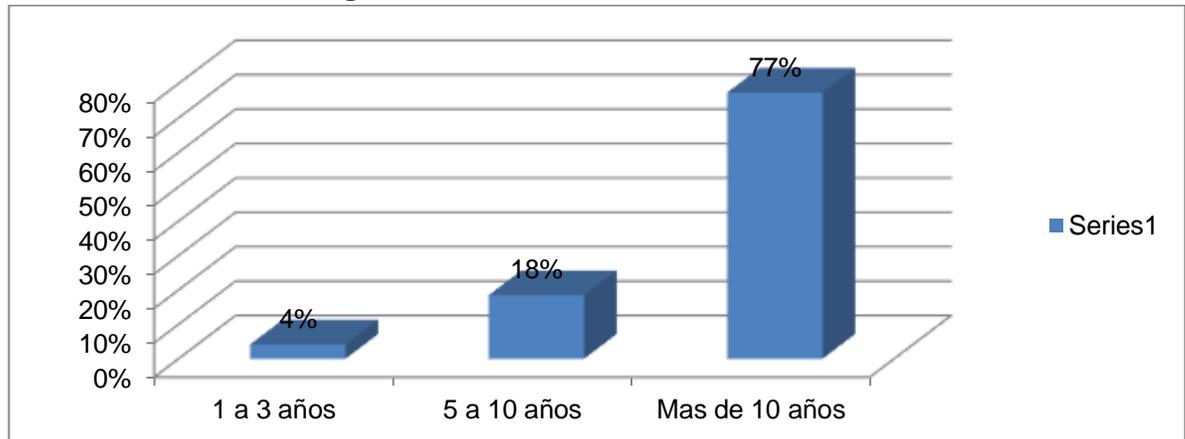
**Cuadro 1. Actividad Agrícola**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
1 a 3 años	7	4%
5 a 10 años	31	18%
Más de 10 años	130	77%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 1: Actividad Agrícola**



### ANÁLISIS

En este gráfico se considera entre los encuestados el tiempo que se dedican a la labor de la agricultura, que el 77% lleva más de 10 años en la agricultura, el 18% está entre 5 a 10 años, mientras que el 4% de 1 a 3 años.

### 2.- ¿En la siguiente jerarquía cuantas hectáreas de maracuyá ha cultivado?

**Cuadro 2. Cultivo de Maracuyá**

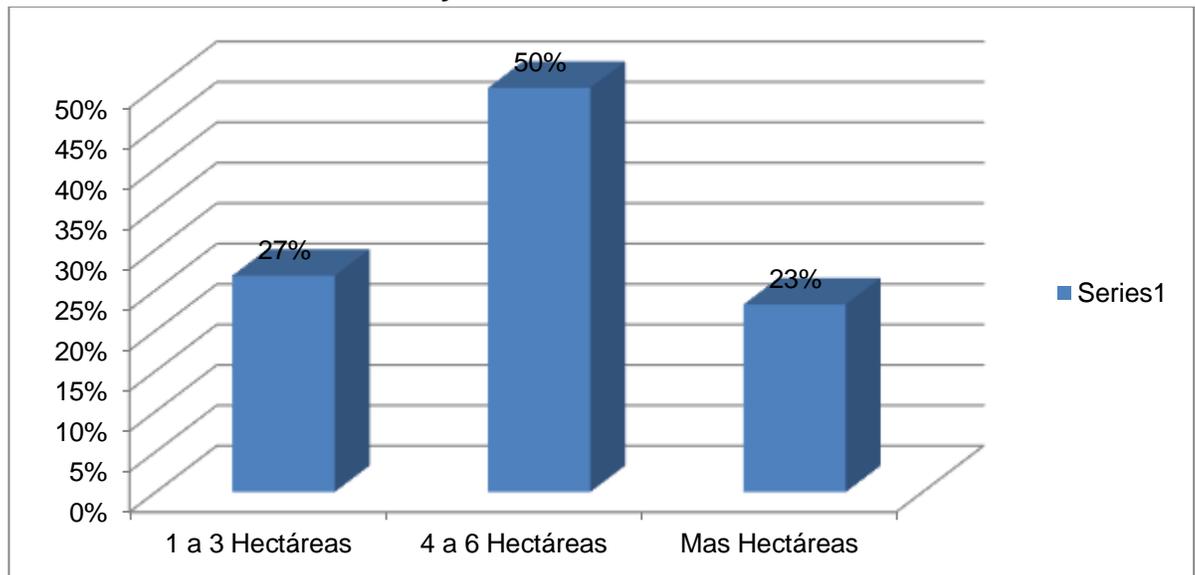
Detalle	Cantidad	Porcentaje
---------	----------	------------

1 a 3 Hectáreas	45	27%
4 a 6 Hectáreas	84	50%
Mas Hectáreas	39	23%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 2: Cultivo de Maracuyá**



## ANÁLISIS

En este gráfico se especifica la cantidad de terreno que tienen los agricultores para realizar esta labor dada de esta manera, el 50% tienen entre 4 a 6 hectáreas, el 27% 1 a 3 hectáreas, mientras 23% tienen más de 5 hectáreas.

### 3.- ¿Cuáles son las barreras que se presentan al comercializar el producto?

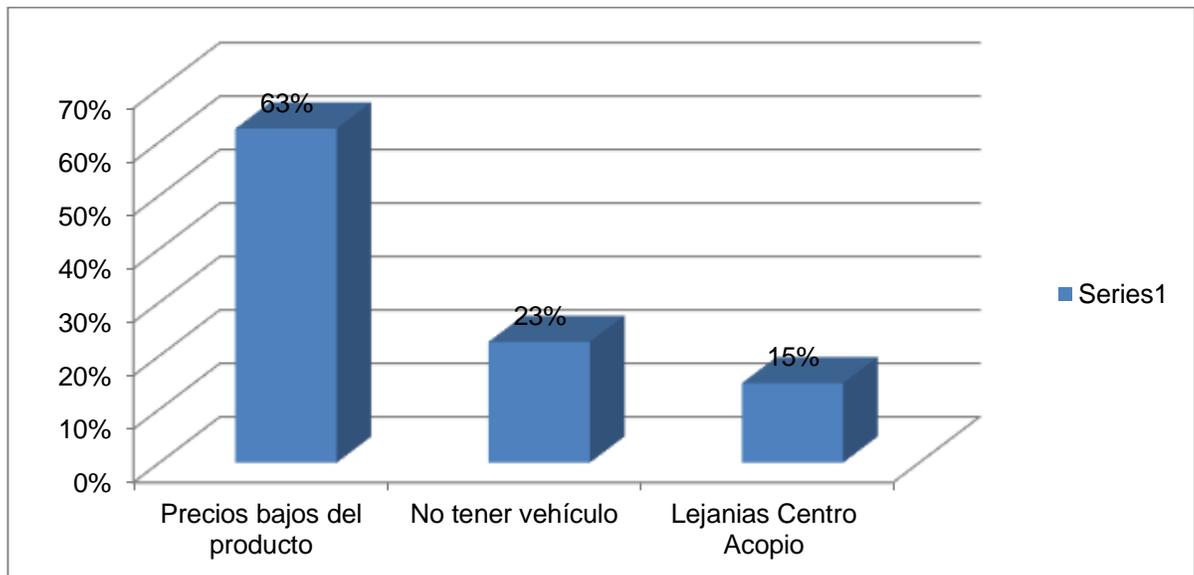
**Cuadro 3. Barreras de comercialización**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Precios bajos del producto	105	63%
No tener vehículo	38	23%
Lejanías Centro Acopio	25	15%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 3: Barreras de comercialización**



## ANÁLISIS

En esta gráfica se analiza la dificultad que los agricultores tienen al momento de vender su producción detallada de la siguiente manera, el 63% se relaciona que al momento de vender el producto los precios no son los más favorables para el producto, el 23% hace énfasis en el transporte por no tenerlo en este momento, mientras que el 15% nos dice que el centro de acopio le queda lejos del lugar de la producción.

### 4.- ¿Cuenta con asesoría técnica?

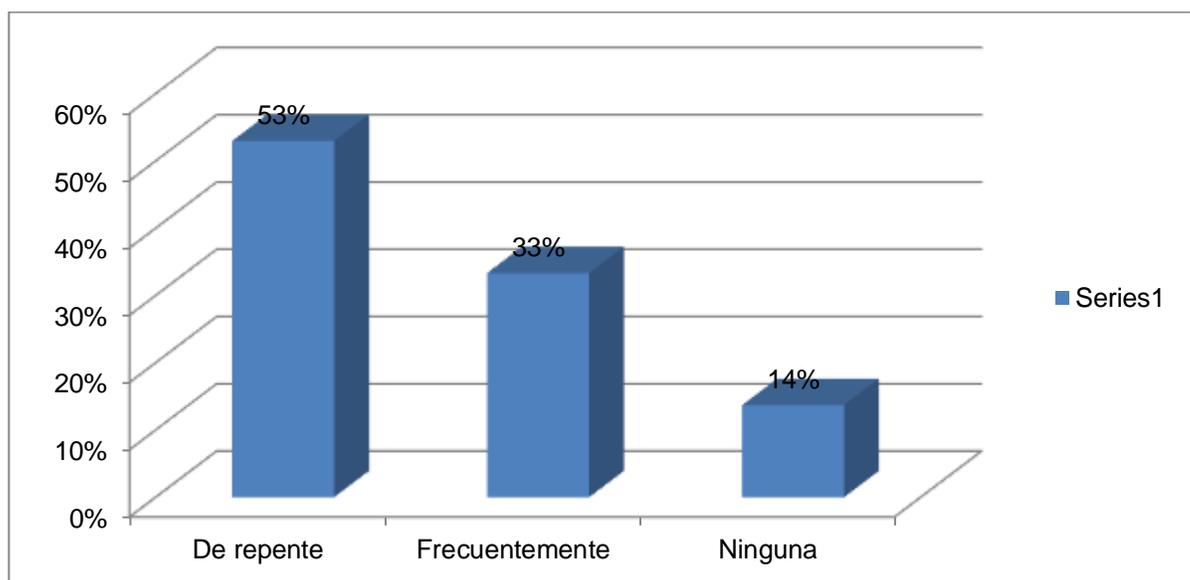
#### Cuadro 4. Asesoría Técnica

Detalle	Cantidad	Porcentaje
De repente	89	53%
Frecuentemente	56	33%
Ninguna	23	14%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

#### Gráfico 4: Asesoría Técnica



#### ANÁLISIS

En esta gráfica se especifica con qué frecuencia los productores reciben asesoría técnica, el 53% nos dice muy de repente, el 33% frecuentemente lo hace, mientras que el 14% no lo hace en estos momentos.

**5.- ¿En qué lugar del Cantón El Empalme, considera usted conveniente la creación de un centro de Acopio de Maracuyá?**

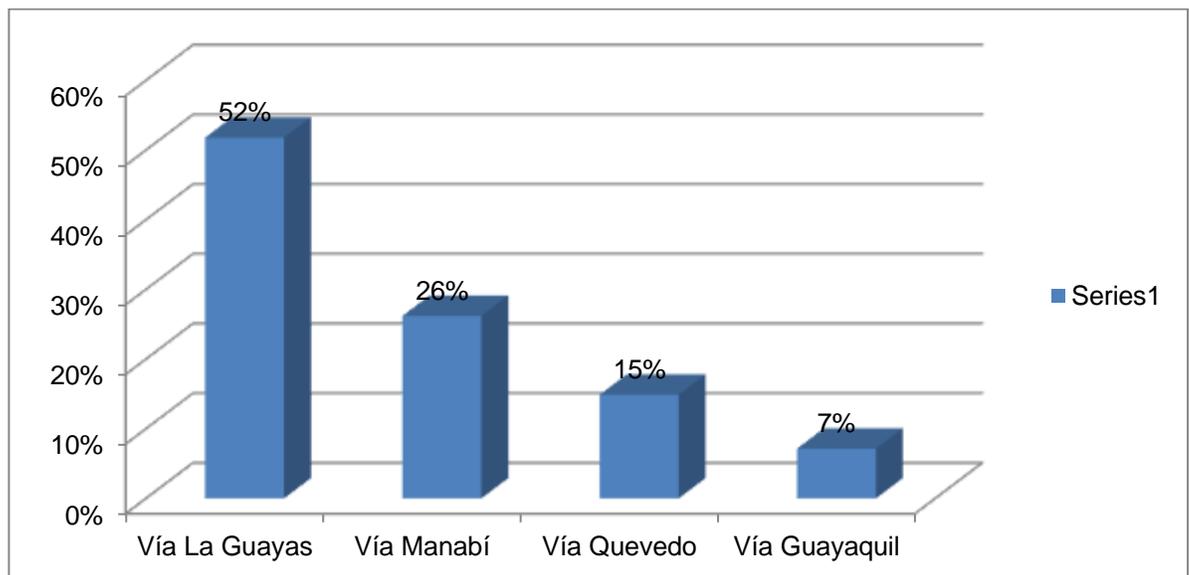
**Cuadro 5. Centro de Acopio**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Vía La Guayas	87	52%
Vía Manabí	44	26%
Vía Quevedo	25	15%
Vía Guayaquil	12	7%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 5: Centro de Acopio**



**ANÁLISIS**

Esta gráfica hace relación en qué lugar le gustaría que exista un nuevo centro de acopio. El 52% con mayor porcentaje nos hace referencia en la vía a La Guayas, el 26% vía a Manabí, el 15% nos dice vía Quevedo, mientras que un 7% lo considera vía a Guayaquil.

## 6.- ¿Para iniciar la fertilización de su cosecha, cuáles fueron sus egresos?

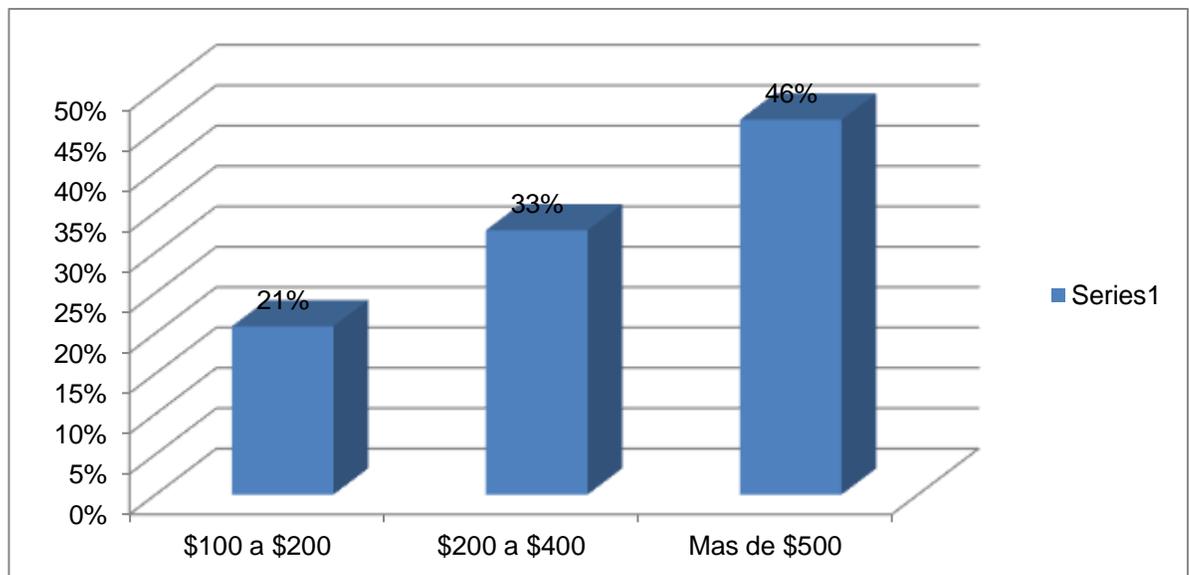
**Cuadro 6. Egresos de Cosecha**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$100 a \$200	35	21%
\$200 a \$400	55	33%
Más de \$500	78	46%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 6: Egresos de Cosecha**



### **Análisis**

En esta gráfica se detalla el costo que los agricultores invirtieron para iniciar su sembrío, el 46% nos dice que invirtieron más de \$500, el 33% entre \$200 y \$400 por un significativo resultado, mientras el 21% dio entre \$100 a \$200 que es el promedio que los agricultores dan a conocer en estos análisis en la encuesta.

## 7.- ¿Cada qué tiempo realiza la cogida del producto?

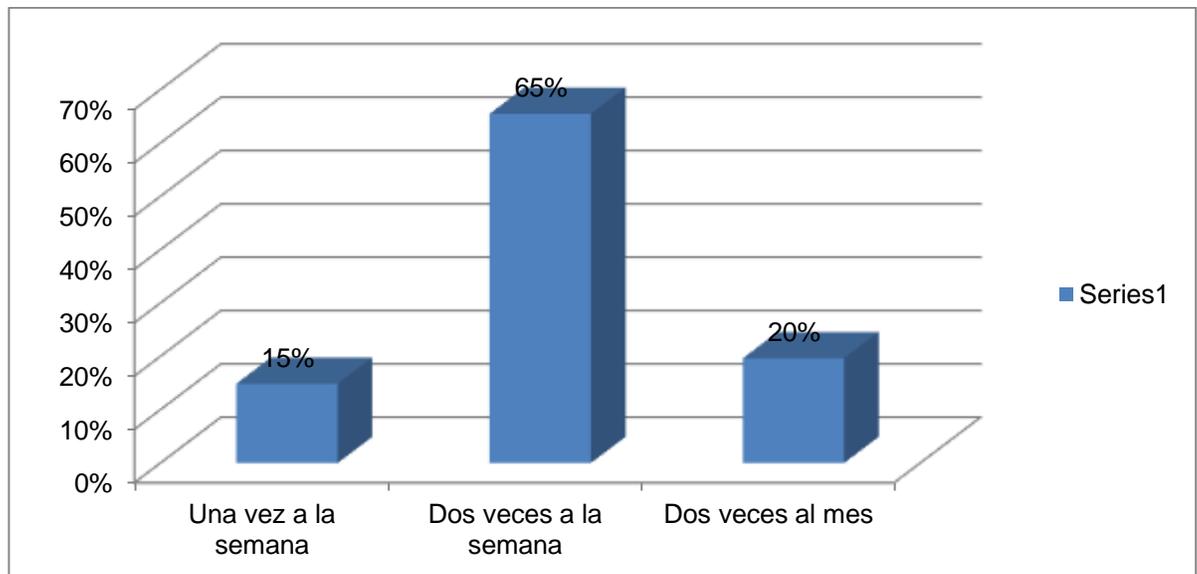
**Cuadro 7. Cosecha del Producto**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Una vez a la semana	25	15%
Dos veces a la semana	110	65%
Dos veces al mes	33	20%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 7: Cosecha del Producto**



### ANÁLISIS

En este gráfico se puede apreciar el resultado de los porcentajes para considerar el tiempo en que los agricultores realizan la cosecha del producto, el 65% con una mayoría de porcentaje nos dice que hacen la cosecha dos veces por semana, el 20% lo hace dos veces al mes, mientras que un 15% le dedica una vez a la semana.

## 8.- ¿Los ingresos de sus cosechas fluctúan entre?

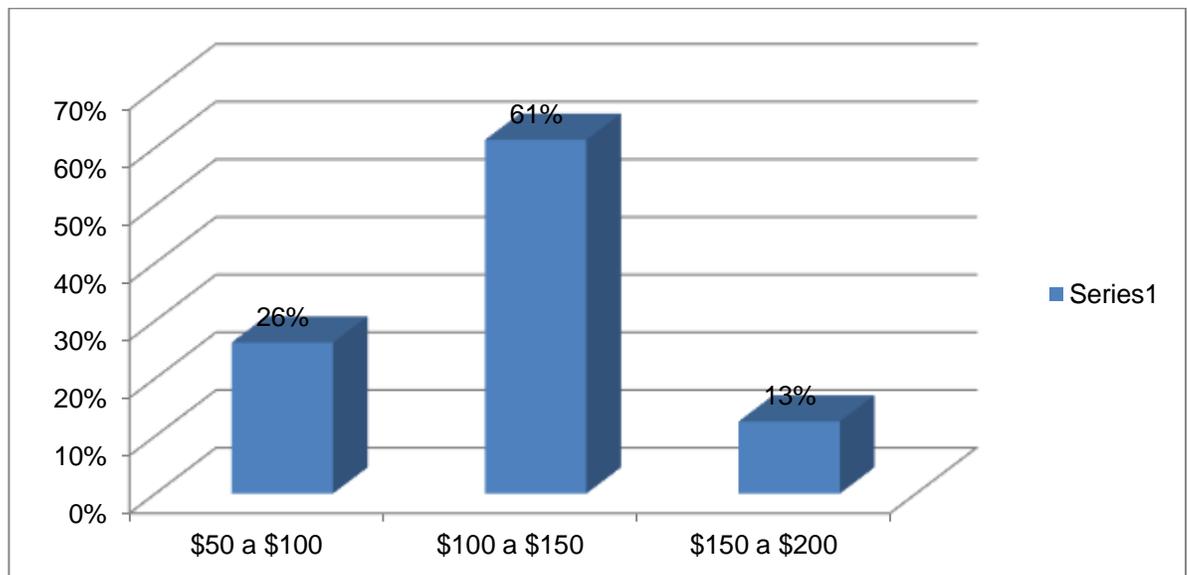
**Cuadro 8. Ingresos de Cosechas**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$50 a \$100	44	26%
\$100 a \$150	103	61%
\$150 a \$200	21	13%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 8: Ingresos de Cosechas**



### ANÁLISIS

En esta gráfica se analiza el resultado que nos dieron a conocer los encuestados de los cuales tenemos; el 61% con mayor cantidad sus ingresos son entre \$100 a \$150, el 26% nos dice que tienen su ingreso de \$50 a \$100, mientras que un 13% de \$150 a \$200.

## 9.- ¿En la actualidad quienes compran sus productos?

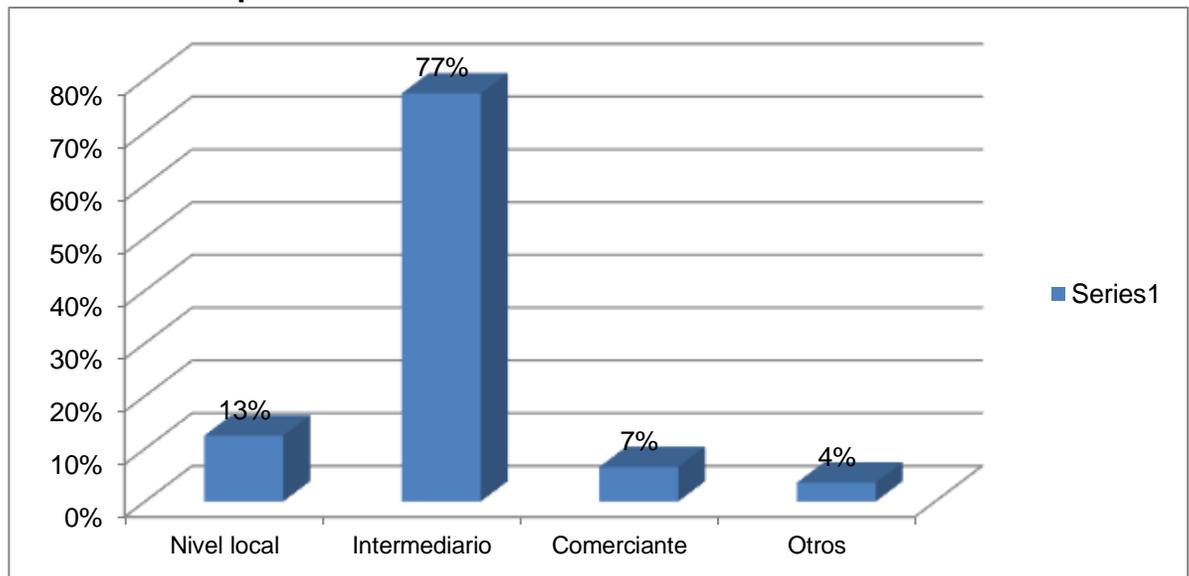
**Cuadro 9. Compradores del Producto**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nivel local	21	13%
Intermediario	130	77%
Comerciante	11	7%
Otros	6	4%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 9: Compradores del Producto**



### ANÁLISIS

En esta gráfica se determina cuál es la plaza a la que está destinada la venta de este producto, el 77% con un incremento mayor en el porcentaje nos hacen saber que son los intermediarios, el 13% nos dicen a nivel local, el 7% son los comerciantes y un 4% otros.

**10.- ¿Sus niveles actuales de cosecha de maracuyá le permiten tener un estándar de vida?**

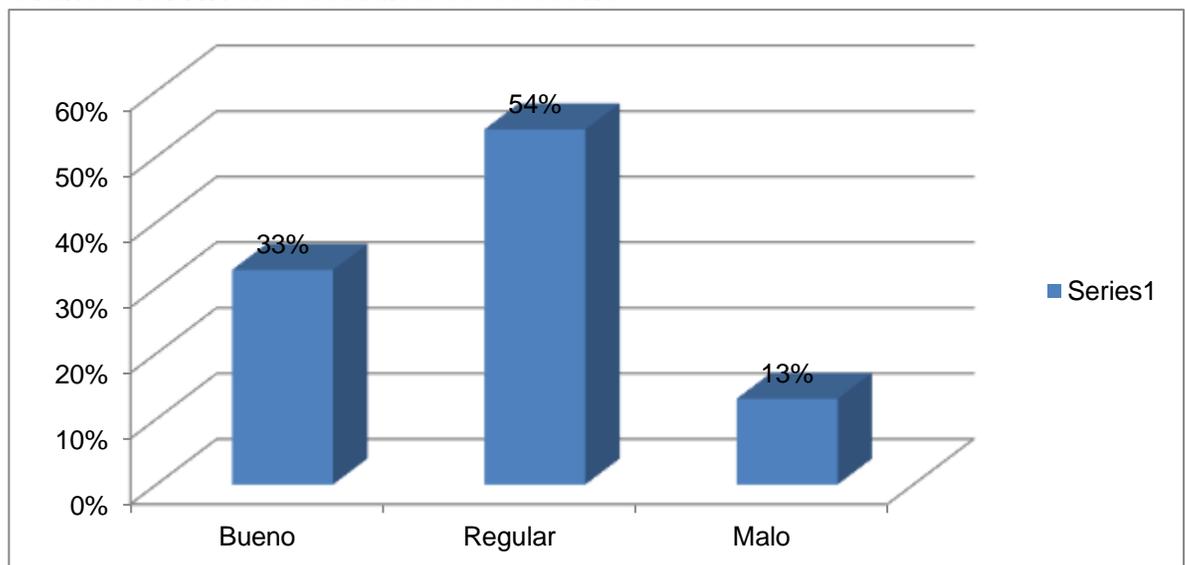
**Cuadro 10. Niveles actuales de Cosecha**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bueno	55	33%
Regular	91	54%
Malo	22	13%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 10: Niveles actuales de Cosecha**



**ANÁLISIS**

En esta gráfica se analiza el nivel económico que tan favorable es para ella dedicarse a esta labor, el 54% lo considera regular, el 33% lo mide como bueno si capta la expectativas de ellos, mientras un 13% no está muy conforme entre los indicadores tenemos, el precio, el mercado, el transporte, centro de acopio y otros.

## 11.- ¿Cuáles son los beneficios de mayor importancia que le gustaría obtener del Centro de Acopio?

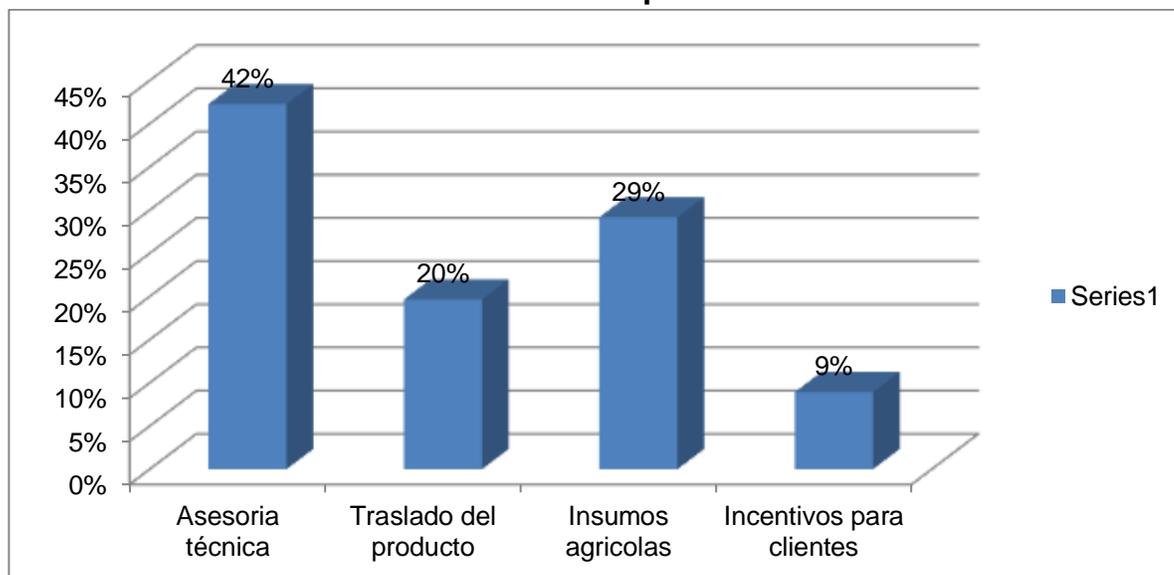
**Cuadro 11. Beneficios en el Centro de Acopio**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Asesoría técnica	71	42%
Traslado del producto	33	20%
Insumos agrícolas	49	29%
Incentivos para clientes	15	9%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 11: Beneficios en el Centro de Acopio**



### ANÁLISIS

En esta gráfica el determinar cual tiene mayor relevancia para medir los servicios que el centro de acopio ofreciere nos dicen los siguiente; el 42% le agradecería recibir la asesoría técnica para mejorar la producción, el 29% le gustaría recibir los insumos agrícolas para que el producto salga en buena calidad, el 20% le preferiría la facilidad del traslado del producto, mientras que un 9% incentivos para el agricultor por dar un excelente producto.

## 12.- ¿Para el transporte del Producto qué servicio de vehículo utiliza?

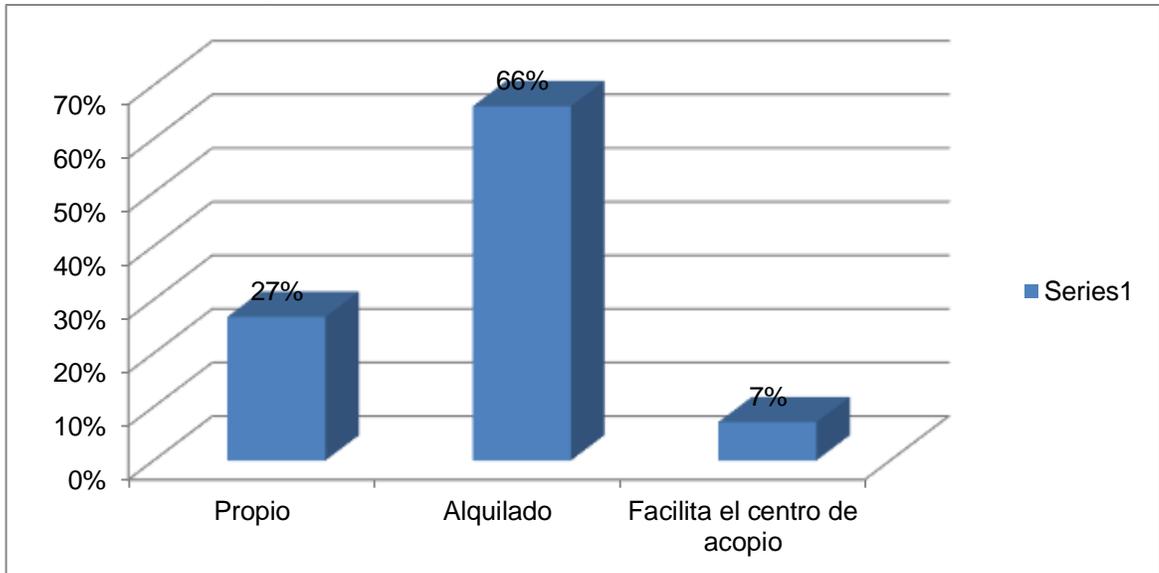
**Cuadro 12. Transporte del Producto**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Propio	45	27%
Alquilado	111	66%
Facilita el centro de acopio	12	7%
Total	168	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autor

**Gráfico 12: Transporte del Producto**



### ANÁLISIS

En esta gráfica podemos ver cómo le hacen al momento de trasladar el producto los encuestados nos dicen lo siguiente; el 66% con un mayor porcentaje significativo nos hacen saber que ellos alquilar para poder sacar el producto, el 27% nos dice que cuenta con vehículo propio, mientras que un 7% en un menor porcentaje nos dicen le facilita el centro de acopio.

## **4.2. DISCUSIÓN**

El centro de almacenaje y comercialización de maracuyá estará ubicado en el km. 6 vía El Empalme, parroquia La Guayas.

### **Tamaño del proyecto.**

Baca, G. (2010) manifiesta que para determinar el tamaño del proyecto se tomó en cuenta la demanda insatisfecha sobre la comercialización de maracuyá en la zona.

El centro de acopio tendrá una capacidad instalada de aproximadamente 600.000 kg. Al año, lo que permitirá incrementar la producción y capacidad de almacenamiento con el transcurso de los años, dependiendo de la evolución del negocio.

### **Tamaño, y su relación con los costos y aspectos técnicos.**

Debido al clima existente en el cantón, se presentan las condiciones ideales para la producción de maracuyá en la zona y todo lo que comprende para el proceso de acopio y comercialización del producto, La tecnología que se utiliza es mínima, no es complicada ni costosa para el desarrollo de la empresa, el proceso se lo hace en forma artesanal, porque hay que conservar el aroma natural de la fruta.

### **Financiamiento.**

Los recursos económicos necesarios para el financiamiento del proyecto, serán obtenidos de dos formas: la primera será a través de préstamos a una institución financiera pública, y con recursos propios del inversionista.

## **Localización**

Es elemental establecer cabalmente el terreno donde se ubicará el centro de depósito, el estudio de localización se lo ejecuta desde el punto de vista de macro localización y micro localización que a continuación se explica.

### **4.2.1. Macro localización.**

Se determina que el proyecto esté localizado en la Provincia del Guayas, cantón El Empalme, considerando que esta zona es altamente productora de maracuyá, y representa un punto importante para la economía del país, además de ser eminentemente agrícola, debido a que las condiciones de suelos son también idóneas, y es un punto estratégico en lo relativo a la comercialización de los productos.

### **Micro localización.**

En el análisis de la micro localización de la planta se ha considerado la vía El Empalme, km. 4 La Guayas tomado en cuenta que es una zona con alta siembra y producción de maracuyá, y con disponibilidad de servicios básicos.

### **Distribución del centro de acopio**

- El terreno es de 40mts.de frente por 100 mts. De largo
- Un galpón de hormigón de hierro y cemento
- Tendales de cemento
- Un centro de selección
- 12 paletas de madera
- 1 camión de 5 toneladas

- **Edificación y Terreno:**

- Terreno ubicado en la vía El Empalme, La Guayas valorado en USD\$ 20000,00
- La construcción Clasificación 12m 40m
- Bodega: 12m x 10m
- Área de embarque 6x12m

## Estudio financiero del proyecto

**Cuadro 13. Detalle de los activos**

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	<b><u>Muebles y enseres</u></b>		
1	Mesa	110,00	110,00
3	Silla	20,00	60,00
1	Archivador	90,00	90,00
1	Escritorio	150,00	150,00
1	Silla ejecutiva	95,00	95,00
	<b><u>Total Muebles y enseres</u></b>		<b>505,00</b>
	<b><u>Equipo de oficina</u></b>		
1	Aire acondicionado 24000 btu	1.250,00	1.250,00
1	Caja registradora	650,00	650,00
1	Teléfono	80,00	80,00
	<b><u>Total Equipo de oficina</u></b>		<b>1.980,00</b>
	<b><u>Equipos de computo</u></b>		
1	Computadora	850,00	850,00
1	Impresora multifunción epson l210	280,00	280,00
	<b><u>Total de equipos de computo</u></b>		<b>1.130,00</b>
	<b><u>Maquinas y equipos</u></b>		
1	Lavadora de fruta	800,00	800,00
1	Balanza – romana	750,00	750,00
15	Palas recogedoras	20,00	300,00
1	Bazuca transportador	1.500,00	1.500,00
	<b><u>Total de máquinas y equipos</u></b>		<b>3.350,00</b>
	<b><u>Gastos de terreno</u></b>		
1	Terreno	20.000,00	20.000,00
1	Construcción	25.000,00	25.000,00
1	Silo	8.500,00	8.500,00
	<b><u>Total de gastos de terreno</u></b>		<b>53.500,00</b>
	<b><u>Vehículo</u></b>		
1	Chevrolet	\$ 45.000,00	45.000,00
	<b><u>Total de vehículo</u></b>		<b>45.000,00</b>

	<b><u>Impuestos</u></b>		
1	Cuerpo Bombero	25,00	25,00
1	RUC facturero	10,00	10,00
1	Ministerio de salud pública	25,00	25,00
1	Patente municipal	50,00	50,00
	<b><u>Total de impuestos</u></b>		<b>110,00</b>
	<b><u>Gastos de adecuación</u></b>		
1	Elaboración proyecto factible	1.500,00	1.500,00
1	Software contable	550,00	550,00
1	Gastos de operación	200,00	200,00
1	Gastos de organización	750,00	750,00
1	Honorario por elaboración de minuta	30,00	30,00
1	Elaboración de minuta a instrumento público	50,00	50,00
1	Inscripción en el registro mercantil	60,00	60,00
1	Inscripción de la compañía y nombramientos en la superintendencia de compañía	6,00	6,00
1	Registro de marca en el instituto ecuatoriano de propiedad intelectual IEPI.	70,00	70,00
1	Permiso de Cuerpo de Bomberos	30,00	30,00
1	Asesoría jurídica elaboración de minuta	950,00	950,00
	<b><u>Total de Gastos de adecuación</u></b>		<b>4.196,00</b>
	<b><u>Total activos</u></b>		<b>109.771,00</b>

**Cuadro 14. Depreciación**

<b>Depreciación</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor activo</b>	<b>Porcentaje de depreciación</b>	<b>Depreciación mensual</b>	<b>Depreciación anual</b>
<b>Muebles y enseres</b>	<b>505,00</b>	10%	4,21	50,50
<b>Equipo de oficina</b>	<b>1.980,00</b>	10%	16,50	198,00
<b>Equipo de cómputo</b>	<b>1.130,00</b>	33%	31,39	376,63
<b>Máquinas y equipos</b>	<b>3.350,00</b>	10%	27,92	335,00
<b>Vehículo</b>	<b>45.000,00</b>	20%	750,00	9000,00
<b>Total de depreciación</b>			<b>830,01</b>	<b>9960,13</b>

**Cuadro 15. Inversión del proyecto**

<b>Inversión del proyecto</b>	
<b>Muebles y enseres</b>	505,00
<b>Equipos de oficina</b>	1.980,00
<b>Equipos de computo</b>	1.130,00
<b>Máquinas y equipos</b>	3.350,00
<b>Gastos de terreno</b>	53.500,00
<b>Vehículo</b>	45.000,00
<b>Impuestos</b>	110,00
<b>Gastos de adecuación</b>	4.196,00
<b>Capital de trabajo</b>	96.092,83
<b>Total de la inversión</b>	<b>205.863,83</b>

**Cuadro 16. Cálculo del capital de trabajo**

	<b>Año 1</b>
Costo de venta	\$ 1.101.600,00
Gastos administrativos	\$ 51.513,96
<b>Costos totales de venta y adm.</b>	<b>\$ 1.153.113,96</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 96.092,83</b>

**Cuadro 17. Tasa de interés y cuota**

<b>Importe</b>	<b>VP=</b>	144.104,68
<b>Cantidad de Cuotas</b>	<b>n =</b>	60
<b>tasa de interés anual</b>	<b>i =</b>	15,00%
<b>periodos en el año</b>	<b>m =</b>	12,00
<b>Interés Mensual</b>		0,0125
<b>Cuota de Pago o Anualidad</b>	<b>C/P =</b>	2.401,74

**Cuadro 18. Tabla de amortización**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
0				144.104,68
1	28.820,94	19.634,26	48.455,20	115.283,74
2	28.820,94	15.311,12	44.132,06	86.462,81
3	28.820,94	10.987,98	39.808,92	57.641,87
4	28.820,94	6664,84	35485,78	28.820,94
5	28.820,94	2341,70	31162,64	<b>0,00</b>

**Cuadro 19. Gastos administrativos**

	<b>Gastos administrativos</b>	<b>Enero</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1	Administrador	850,00	10.200,00	10.710,00	11.245,50	11.807,78	12.398,16
1	Secretaria	380,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
1	Chofer	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
4	Operarios	1.440,00	17.280,00	18.144,00	19.051,20	20.003,76	21.003,95
7	Aporte patronal	381,33	4.575,96	4.804,76	5.045,00	5.297,25	5.562,11
	Décimo cuarto		2.478,00	2.601,90	2.732,00	2.868,59	3.012,02
	Décimo tercero		3.420,00	3.591,00	3.770,55	3.959,08	4.157,03
	<b>Total de Gastos administrativos</b>	3.801,33	51.513,96	54.089,66	56.794,14	59.633,85	62.615,54

**Cuadro 20. Gastos generales**

Gastos generales	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Energía eléctrica	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
Teléfono e internet	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Útiles de oficina	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Materiales de limpieza	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Depreciación muebles y enceres	4,21	50,50	50,50	50,50	50,50	50,50
Depreciación de equipo de oficina	16,50	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00
Depreciación de equipo de cómputo	31,39	376,63	376,63	376,63	-	-
Depreciación de maquinarias y equipos	27,92	335,00	335,00	335,00	335,00	335,00
Depreciación de vehículo	750,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
<b>Total Gastos generales</b>	<b>1.160,01</b>	<b>13.920,13</b>	<b>14.118,13</b>	<b>14.326,03</b>	<b>14.167,70</b>	<b>14.396,90</b>

**Cuadro 21. Gastos de ventas**

Gastos de ventas	Enero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte diesel	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Contador	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Publicidad	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
<b>Total Gastos de ventas</b>	<b>550,00</b>	<b>6.600,00</b>	<b>6.930,00</b>	<b>7.276,50</b>	<b>7.640,33</b>	<b>8.022,34</b>

**Cuadro 22. Costos de Materia Prima**

DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maracuyá	600000	KG	0,15	90.000,00	1.080.000,00	1.134.000,00	1.190.700,00	1.250.235,00	1.312.746,75
Imprevisto 2%					21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
					<b>1.101.600,00</b>	<b>1.156.680,00</b>	<b>1.214.514,00</b>	<b>1.275.239,70</b>	<b>1.339.001,69</b>

**Cuadro 23. Ingreso de ventas**

Descripción	Cant.	Unid. Med.	Pvp	Enero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>maracuyá</b>	<b>600000</b>	<b>kg</b>	0,19	114.000,00	1.368.000,00	1.436.400,00	1.508.220,00	1.583.631,00	1.662.812,55
Total de ingresos				114.000,00	1.368.000,00	1.436.400,00	1.508.220,00	1.583.631,00	1.662.812,55

**Cuadro 24. Estado de resultado**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 1.368.000,00	\$ 1.436.400,00	\$ 1.508.220,00	\$ 1.583.631,00	\$ 1.662.812,55
(-) costos de producción	\$ 1.101.600,00	\$ 1.156.680,00	\$ 1.214.514,00	\$ 1.275.239,70	\$ 1.339.001,69
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 266.400,00</b>	<b>\$ 279.720,00</b>	<b>\$ 293.706,00</b>	<b>\$ 308.391,30</b>	<b>\$ 323.810,87</b>
(-) gastos administrativos	\$ 51.513,96	\$ 54.089,66	\$ 56.794,14	\$ 59.633,85	\$ 62.615,54
(-) gastos generales	\$ 13.920,13	\$ 14.118,13	\$ 14.326,03	\$ 14.167,70	\$ 14.396,90
(-) gastos de ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.930,00	\$ 7.276,50	\$ 7.640,33	\$ 8.022,34
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 194.365,91</b>	<b>\$ 204.582,21</b>	<b>\$ 215.309,33</b>	<b>\$ 226.949,43</b>	<b>\$ 238.776,08</b>
(-) gastos financieros	\$ 19.634,26	\$ 15.311,12	\$ 10.987,98	\$ 6.664,84	\$ 2.341,70
<b>Utilidad antes del part de trab</b>	<b>\$ 174.731,65</b>	<b>\$ 189.271,09</b>	<b>\$ 204.321,35</b>	<b>\$ 220.284,59</b>	<b>\$ 236.434,38</b>
Participación empleados	\$ 26.209,75	\$ 28.390,66	\$ 30.648,20	\$ 33.042,69	\$ 35.465,16
<b>Utilidad antes del imp</b>	<b>\$ 148.521,90</b>	<b>\$ 160.880,43</b>	<b>\$ 173.673,15</b>	<b>\$ 187.241,90</b>	<b>\$ 200.969,22</b>
Impuesto	\$ 37.130,48	\$ 40.220,11	\$ 43.418,29	\$ 46.810,48	\$ 50.242,31
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 111.391,43</b>	<b>\$ 120.660,32</b>	<b>\$ 130.254,86</b>	<b>\$ 140.431,43</b>	<b>\$ 150.726,92</b>

**Cuadro 25. Flujo de caja**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos operativos</b>						
VENTAS		1.368.000,00	1.436.400,00	1.508.220,00	1.583.631,00	1.662.812,55
<b>Total Ingresos operativos</b>		<b>1.368.000,00</b>	<b>1.436.400,00</b>	<b>1.508.220,00</b>	<b>1.583.631,00</b>	<b>1.662.812,55</b>
<b>Egresos operativos</b>						
Inversión inicial	<b>205.863,83</b>					
Gastos administrativos		51.513,96	54.089,66	56.794,14	59.633,85	62.615,54
Gastos de ventas		6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
Gastos generales		3.960,00	4.158,00	4.365,90	4.584,20	4.813,40
Costos de ventas		1.101.600,00	1.156.680,00	1.214.514,00	1.275.239,70	1.339.001,69
Pago particp empleados		26.209,75	28.390,66	30.648,20	33.042,69	35.465,16
Pago del impuesto a la renta		37.130,48	40.220,11	43.418,29	46.810,48	50.242,31
<b>TOTALES DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>205.863,83</b>	<b>1.227.014,18</b>	<b>1.290.468,43</b>	<b>1.357.017,03</b>	<b>1.426.951,23</b>	<b>1.500.160,43</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-205.863,83</b>	<b>140.985,82</b>	<b>145.931,57</b>	<b>151.202,97</b>	<b>156.679,77</b>	<b>162.652,12</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	144.104,68					
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>144.104,68</b>					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
PAGO CAPITAL		28.820,94	28.820,94	28.820,94	28.820,94	28.820,94
PAGO DE INTERECES		19.634,26	15.311,12	10.987,98	6.664,84	2.341,70
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>48.455,20</b>	<b>44.132,06</b>	<b>39.808,92</b>	<b>35.485,78</b>	<b>31.162,64</b>
<b>FLUJO NETONO OPERATIVOS</b>	<b>144.104,68</b>	<b>-48.455,20</b>	<b>-44.132,06</b>	<b>-39.808,92</b>	<b>-35.485,78</b>	<b>-31.162,64</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-61.759,15</b>	<b>92.530,62</b>	<b>101.799,51</b>	<b>111.394,05</b>	<b>121.193,99</b>	<b>131.489,48</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>96.092,83</b>	<b>96.092,83</b>	<b>188.623,45</b>	<b>290.422,96</b>	<b>401.817,01</b>	<b>523.011,00</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>96.092,83</b>	<b>188.623,45</b>	<b>290.422,96</b>	<b>401.817,01</b>	<b>523.011,00</b>	<b>654.500,48</b>

**Cuadro 26. Cálculo del TMAR**

Riego País		3,16
Inflación		3,2
Trbce		11,32
TMAR		17,68

**Cuadro 27. VAN y TIR**

Suma de flujos descontados		471.725,44
Van	<b>Positivo</b>	265.861,61
Índice de rentabilidad i.r.	Mayor a 1	1,77
Rendimiento real	Mayor a 12	77,43
<b>Tasa interna de retorno</b>		<b>65,48%</b>

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

- El estudio de mercado realizado permite concluir que existe un importante crecimiento en la producción de maracuyá en el cantón El Empalme y además identifica una necesidad insatisfecha en la comercialización de este producto. Los actuales centros de comercialización de maracuyá en El Empalme no cubren la demanda ya que su infraestructura es reducida y con el presente proyecto se cubrirá gran parte de la demanda insatisfecha.
- El estudio económico permite concluir que existe superávit durante los años de vida del proyecto, lo que se demuestra a través del análisis del estado de resultado.
- Los resultados de los indicadores financieros aplicados son positivos, lo que asegura la viabilidad de la inversión por lo que el proyecto es factible de ponerlo en marcha.

## 5.2. Recomendaciones

- Se recomienda aprovechar la demanda insatisfecha existente sobre la comercialización de maracuyá en el cantón El Empalme para la creación de un centro de comercialización. A futuro se debe incrementar la comercialización del producto, y de acuerdo a la evolución de la demanda realizar adecuaciones y mejorar la tecnología existente.
- Se recomienda buscar el financiamiento adecuado con bajas tasas de interés para el beneficio económico de la empresa.
- Tomar la decisión de invertir en el corto plazo aprovechando que los indicadores financieros demuestran resultados positivos que aseguran la rentabilidad del proyecto.

## **CAPÍTULO VI**

### **BIBLIOGRAFÍA, LINKOGRAFÍA Y ANEXOS**

## 6.1. Bibliografía

- Cordoba, M. (2013). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Eco Ediciones.
- Florez, J. A. (2012). Plan de Negocio. Bogotá-Colombia: Ediciones de la U.
- García, G. (2011). Guías para crear y desarrollar su propia empresa. Quito-Ecuador: Ceforcom.
- Meza, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Miranda, J. J. (2012). Evaluación de proyecto. Bogotá Colombia: MMeditores.
- Morales, A. (2009). Proyectos de Inversión. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Prieto, J. (2012). Proyectos enfoque gerencial. Bogotá Colombia: Ecoe ediciones.
- Sapag, N. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Van Den Berghe, E. (2012). Gestión y Gerencia Empresariales. Colombia: Ecoe Ediciones.

## 6.2. Linkografía

[https://www.google.com.ec/?gws\\_rd=ssl#q=crear+una+empresa+en+ecuador+requisitos](https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=crear+una+empresa+en+ecuador+requisitos). (s.f.). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/?gws\\_rd=ssl#q=crear+una+empresa+en+ecuador+requisitos](https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=crear+una+empresa+en+ecuador+requisitos)

### 6.3. Anexos



## UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

**ENCUESTA A LOS AGRICULTORES PARA EVALUAR LA NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN EL CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS, COMO PARTE DE UN PROYECTO DE GRADO DE LA CARRERA DE ING. GESTIÓN EMPRESARIAL.**

**1.- ¿Por cuánto tiempo se ha dedicado a la actividad agrícola?**

1 a 3 años

5 a 10 años

Más de 10 años

**2.- ¿En la siguiente jerarquía cuantas hectáreas de maracuyá ha cultivado?**

1 a 3 hectáreas

4 a 6 hectáreas

Más hectáreas

**3.- ¿Cuáles son las barreras que se presentan al comercializar el producto?**

Precios bajos del producto

No tener recurso vehicular

Lejanías del Centro de Acopio

Otros

**4.- ¿Cuenta con asesoría técnica?**

- |                |                          |
|----------------|--------------------------|
| De repente     | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> |
| Ninguna        | <input type="checkbox"/> |

**5.- ¿En qué lugar del Cantón El Empalme, considera usted conveniente la creación de un Centro de Acopio de Maracuyá?**

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Vía La Guayas | <input type="checkbox"/> |
| Vía Manabí    | <input type="checkbox"/> |
| Vía Quevedo   | <input type="checkbox"/> |
| Vía Guayaquil | <input type="checkbox"/> |

**6.- ¿Para iniciar la fertilización de su cosecha, cuáles fueron sus egresos?**

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| \$100 a \$200 | <input type="checkbox"/> |
| \$200 a \$400 | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$500  | <input type="checkbox"/> |

**7.- ¿Cada que tiempo realiza la cogida del producto?**

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| Una vez a la semana   | <input type="checkbox"/> |
| Dos veces a la semana | <input type="checkbox"/> |
| Dos veces al mes      | <input type="checkbox"/> |

**8.- ¿Los ingresos de sus cosechas fluctúan entre?**

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| \$50 a \$100  | <input type="checkbox"/> |
| \$100 a \$150 | <input type="checkbox"/> |
| \$150 a \$200 | <input type="checkbox"/> |

**9.- ¿En la actualidad quienes compran sus productos?**

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Nivel Local   | <input type="checkbox"/> |
| Intermediario | <input type="checkbox"/> |
| Comerciante   | <input type="checkbox"/> |
| Otros         | <input type="checkbox"/> |

**10.- ¿Sus niveles actuales de cosecha de maracuyá le permiten tener un estándar de vida?**

- |         |                          |
|---------|--------------------------|
| Bueno   | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |
| Malo    | <input type="checkbox"/> |

**11.- ¿Si el centro de acopio cuenta con beneficios para el productor de maracuyá, cuál cree usted que tiene más importancia?**

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| Asesoría Técnica                       | <input type="checkbox"/> |
| Traslado del producto                  | <input type="checkbox"/> |
| Insumos agrícolas                      | <input type="checkbox"/> |
| Incentivos por ser clientes frecuentes | <input type="checkbox"/> |

**12.- ¿Para el traslado de la maracuyá cuenta con vehículo?:**

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| Propio                          | <input type="checkbox"/> |
| Alquilado                       | <input type="checkbox"/> |
| Lo facilita el centro de acopio | <input type="checkbox"/> |



**Universidad Técnica Estatal Quevedo**  
 Campus "Manuel Haz Álvarez"  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

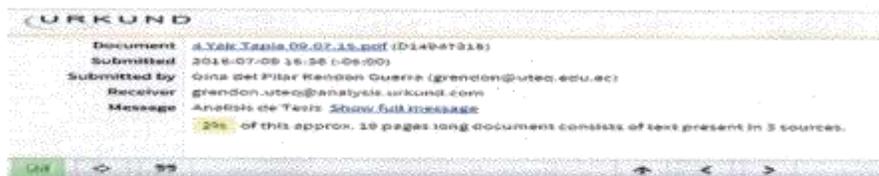


**MEMORÁNDUM. TESIS. N°: 040**

Quevedo, 13 de julio 2015

Ing. Elsy Cobo Litardo  
**Coordinadora de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial**

Mediante la presente cumpla en presentar a usted, que el proyecto de Tesis **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE CICLO CORTO DEL CANTON EL EMPALME, AÑO 2014**, aprobado en la Resolución Decima sexta del 14 de octubre del 2013, presentado por el egresado **TAPIA CEDEÑO JAIR ANTONIO**, de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial y que fuere estructura sus variables al tema **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ (PASSIFLORA EDULIS) EN EL CANTÓN EL EMPALME AÑO 2014"**, que fue revisado bajo mi dirección según lo aprobado en la Resolución Decima Sexta adoptada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales en sesión ordinaria celebrada el viernes 7 de febrero del 2014, y prorroga de Comisión Académica realizada el viernes, veinte y nueve de mayo del dos mil quince aprobada administrativamente el cinco de junio de presente año, toda vez que se ha desarrollado de acuerdo al Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y cumple con el requerimiento de análisis de **URKUND**, el cual avala los niveles de originalidad en un **99%**, y de similitud **2%**, del trabajo investigativo.



Valido este documento para que el comité académico de la carrera siga con los trámites pertinentes, de acuerdo a lo que establece el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Por su atención deseo significar mis agradecimientos

Cordialmente,  
  
 ING. GINA RENDON GUERRA; MGE  
**DIRECTORA DE TESIS**  
**Adjunto: Anillado de Tesis**