



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Proyecto de Investigación previa la
obtención del Título de Ingeniera en
Administración Financiera.

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DEL BANANO
ORGÁNICO POR HECTÁREA EN LA HACIENDA MARAVILLA, CANTÓN
VALENCIA EN EL AÑO 2012”**

AUTOR

BETSY CRISTINA VINCES PATRÓN

DIRECTOR

ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE M.SC

QUEVEDO – ECUADOR

2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Proyecto de Investigación previa la
obtención del Título de Ingeniera en
Administración Financiera.

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DEL BANANO
ORGÁNICO POR HECTÁREA EN LA HACIENDA MARAVILLA, CANTÓN
VALENCIA EN EL AÑO 2012”**

AUTOR

BETSY CRISTINA VINCES PATRÓN

DIRECTOR

ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE M.SC

QUEVEDO – ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ING. ADMINISTRACION FINANCIERA**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DEL BANANO
ORGÁNICO POR HECTÁREA EN LA HACIENDA MARAVILLA, CANTÓN
VALENCIA EN EL AÑO 2012”**

APROBADO

Lcdo. Harold Elberth Escobar Terám, MSc.

Dra. Badie Cerezo Segovia MSc:

Ing. Nancy Quinaluisa Morán MSc.

QUEVEDO - LOS RIOS - ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito **Ing. Dennis Aguirre Valverde**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, **Certifica:**

Que el Proyecto de Investigación titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DEL BANANO ORGÁNICO POR HECTÁREA EN LA HACIENDA MARAVILLA, CANTÓN VALENCIA EN EL AÑO 2012**”, de la señora: Betsy Vinces Patrón, ha sido revisado y cumple con los requisitos reglamentarios establecidos, conforme queda documentado.

Por lo tanto aprueba la impresión y presentación de este trabajo para los fines legales pertinentes.

Ing. Dennis Aguirre Valverde MSc
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Betsy Cristina Vincés Patrón, 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.

Betsy Cristina Vincés Patrón

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres, por guiarme y por ser el pilar fundamental de mi vida.

A mi esposo Jorge Luis Muñoz por ser mi apoyo incondicional y a mis hijos Jordana y Jorge Luis por ser mi motivación en seguir adelante en cada meta planteada.

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por permitirme y brindarme los conocimientos para llegar a mi tan anhelada meta de ser un profesional.

Betsy Cristina Vinces Patrón

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, a mis padres, a mi esposo e hijos por haberme encaminado hacia el éxito.

A mis hermanos y demás familiares por estar siempre presentes en todos los momentos de mi existencia.

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, a mi Director de proyecto de investigación, por todos sus consejos y paciencia, a todos los docentes que durante mi carrera universitaria aportaron de una u otra manera para cumplir mi meta.

Betsy Cristina Vincés Patrón

INDICE

	Pág.
CARATULA	i
PÁGINA EN BLANCO.....	ii
CARÁTULA.....	iii
HOJA DEL TRIBUNAL.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
INDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	3
1.2.1. Planteamiento del problema	3
1.2.1.1. Diagnóstico	4
1.2.1.2. Pronóstico	4
1.2.1.3. Control del Pronóstico.....	5
1.2.2. Formulación del problema.....	5
1.2.3 Sistematización del Problema.....	5
1.2.4 Delimitación del Problema	6

1.3. Justificación	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. General	7
1.4.2. Específicos.....	7
1.5. Hipótesis	8
1.5.1. Hipótesis general	8
1.5.2. Variable dependiente	8
1.5.3. Variable independiente	8
1.5.4. Hipótesis específicas	8
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 FUNDAMENTACION TEORICA Y CONCEPTUAL	10
2.1.1. Estudio de Factibilidad.....	10
2.1.1.1. Estudio de Mercado	10
2.1.1.2. Estudio Técnico	14
2.1.1.3. Estudio Económico	17
2.1.1.4. Banano.....	26
2.1.1.5. Producción	27
2.1.1.6. Exportación	28
2.2 FUNDAMENTACION LEGAL.....	29
2.2.1 Pasos para Exportar desde Ecuador. Ley orgánica de aduanas	29
CAPÍTULO III	33
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1 MATERIALES Y MÉTODOS.....	34
3.1.1. Materiales y equipos	34
3.1.2. Localización y duración de la investigación	34
3.1.3. Métodos de investigación.....	35
3.1.3.1. Inductivo.....	36
3.1.3.2. Deductivo	36
3.1.3.3. Analítico	36
3.1.3.4. Estadístico	36
3.1.4. Fuentes de Investigación.	36
3.1.4.1. Primarias.....	36

3.1.4.2. Secundarias.....	36
3.1.5. Tipos de Investigación.....	37
3.1.5.1. De campo.....	37
3.1.5.2. Bibliográfico – documental.....	37
3.1.6. Técnicas e Instrumentos de Evaluación.....	37
3.1.6.1. Observación.....	37
3.1.6.2. Encuesta.....	37
3.1.6.3. Entrevista.....	38
3.1.7. Población y Muestra.....	38
3.1.7.1. Población.....	38
3.1.7.2. Muestra.....	38
3.1.8. Procedimiento Metodológico.....	39
3.1.8.1. Estudio documental.....	39
3.1.8.2. Estudio de mercado.....	39
3.1.8.3. Estudio técnico.....	39
3.1.8.4. Estudio económico.....	39
CAPÍTULO IV.....	42
4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
4.1.1. Análisis e interpretación de los datos.....	43
4.1.1.1. Estudio de mercado.....	43
4.1.1.1.1. Análisis de la oferta.....	50
4.1.1.1.2. Proyección de la oferta.....	51
4.1.1.1.3. Análisis de la demanda.....	52
4.1.1.1.4. Proyección de la demanda.....	53
4.1.1.1.5. Demanda insatisfecha.....	53
4.1.1.2. Estudio técnico.....	54
4.1.1.2.1. Tamaño:.....	54
4.1.1.2.2. Localización:.....	54
4.1.1.2.3. Canales:.....	55
4.1.1.2.4. Proceso de producción:.....	56
4.1.1.2.5. Estrategia de comercio exterior:.....	56
4.1.1.2.5. Entrevista:.....	61
4.1.1.3. Estudio económico.....	63

4.1.1.3.1. Inversión fija.....	63
4.1.1.3.2. Capital de operación	64
4.1.1.3.2.1. Materiales directos.....	65
4.1.1.3.2.2. Mano de obra directa.....	66
4.1.1.3.2.3. Carga fabril.....	66
4.1.1.3.2.4. Gastos administrativos.....	68
4.1.1.3.2.5. Gastos de venta.....	69
4.1.1.3.3. Inversión total.....	70
4.1.1.3.3.1. Financiamiento.....	70
4.1.1.3.4. Cálculo del costo unitario de producción.....	72
4.1.1.3.5. Determinación del precio de venta.....	73
4.1.1.3.6. Ingreso por ventas.....	74
4.1.1.3.7. Cálculo del punto de equilibrio	74
4.1.1.3.8. Determinación de la Tasa Interna de Retorno y VAN.....	76
4.1.1.3.9. Coeficiente beneficio / costo.....	77
4.1.2. Resultados y discusión	77
4.1.2.1. Resultados	77
4.1.2.2. Discusión.....	78
4.1.3. Comprobación de la hipótesis.....	78
CAPÍTULO V.....	79
5.1. Conclusiones y recomendaciones	80
5.1.1. Conclusiones	80
5.1.2. Recomendaciones	81
CAPÍTULO VI.....	82
6.1. Bibliografía	83
6.1.1. Literatura citada	83
6.1.2. Linkografía	85
6.1.3. Anexos.....	87

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. ¿Cuál es su género?	43
Cuadro 2. ¿Qué tipo de fruta consume regularmente?	44
Cuadro 3. ¿Conoce usted las propiedades de la banana orgánica?	45
Cuadro 4. ¿Qué tipo de banana consume regularmente?	46
Cuadro 5. ¿Cuántos kilogramos de banana consume al día?	47
Cuadro 6. ¿En qué lugar consume banana regularmente?	48
Cuadro 7. ¿Cuánto paga por el consume de un kilogramo de banana?	49
Cuadro 8. Oferta de banano orgánico.	50
Cuadro 9. Proyección de la oferta bajo el método del incremento porcentual. .	51
Cuadro 10. Proyección de la oferta 2011-2015	51
Cuadro 11. Demanda de banano orgánico.	52
Cuadro 12. Proyección de la demanda bajo el método del incremento porcentual.	52
Cuadro 13. Proyección de la demanda 2011-2015.....	53
Cuadro 14. Demanda insatisfecha 2011-2015.....	53
Cuadro 15. Costos por concepto del diseño de la página web.	59
Cuadro 16. Estructura del sitio web.	60
Cuadro 17. Inversión Fija.....	63
Cuadro 18. Activos fijos tangibles.	63
Cuadro 19. Activos fijos intangibles.	64
Cuadro 20. Costos de operación anual. Volumen de producción anual de 1620 cajas de banano orgánico.....	64
Cuadro 21. Costos de Producción 190 has.	65
Cuadro 22. Materia prima, costos de Producción 190 has.	65
Cuadro 23. Mano de obra directa.	66

Cuadro 24. Carga fabril.....	66
Cuadro 25. Material indirecto.....	66
Cuadro 26. Material indirecto (aumento anual de producción 20%).	67
Cuadro 27. Depreciación	67
Cuadro 28. Suministros.	67
Cuadro 29. Suministros de producción.....	67
Cuadro 30. Otros suministros.	68
Cuadro 31. Gastos administrativos.....	68
Cuadro 31. Sueldos y salarios.....	69
Cuadro 32. Gastos generales.....	69
Cuadro 33. Gastos de ventas.....	70
Cuadro 34. Inversión total.....	70
Cuadro 35. Amortización del crédito financiado.....	71
Cuadro 36. Cálculo del costo unitario de producción.....	72
Cuadro 37. Ingreso por ventas.....	74
Cuadro 38. Determinación de costos fijos y variables.....	74
Cuadro 39. Estado de resultados.....	76
Cuadro 40. Periodo de recuperación	76

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Plano Hacienda Maravilla.....	35
Gráfico 2. Genero del Encuestado.....	43
Gráfico 3. Consumo de tipo de fruta.	44
Gráfico 4. Conocimiento del valor nutritivo de banana.....	45
Gráfico 5. Consumo de tipos de banano.....	46
Gráfico 6. Consumo de banano a nivel mundial.	47
Gráfico 7. Lugar de consumo de banano a nivel mundial.	48
Gráfico 8. Precio de banano a nivel mundial.	49
Gráfico 9: Proyección de la oferta 2010-2015.....	51
Gráfico 10: Proyección de la demanda 2010-2015.....	53

INDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Canales de distribución.....	55
Figura 2. Proceso de producción.....	56

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN

1	Título / Title	M	“Estudio de Factibilidad para la producción del banano orgánico por hectárea en la Hacienda Maravilla, cantón Valencia en el año 2012”
2	Creador / Creator	M	Vinces B; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/ Subject	M	Economía y Finanzas
4	Descripción / Description	M	En el país, de acuerdo con el tipo de manejo que se le da al cultivo de banano, existe una producción convencional y una orgánica, esta última surgió como una alternativa para no utilizar agroquímicos, las cuales causan el deterioro en el suelo, contaminación al medio ambiente, ya que mediante la presencia de residuos químicos en la fruta, origina grandes enfermedades para los habitantes del sector, sobre todo a quienes se involucran directamente con el cultivo de este producto.
5	Editor / Publisher	M	FACEMP; Carrera Economía y Finanzas. Economista.
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	07-01-14
8	Tipo / Type	M	Tesis de Grado; Artículo
9	Formato / Format	R	.docx MS Word 10; .pdf.
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	Fuente / Source	O	MAGAP.
12	Lenguaje / Language	M	Español
13	Relación/ Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	O	Economía, Social.
15	Derechos / Rights	M	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Tesis de Grado/ Economía y Finanzas. Economista

RESUMEN EJECUTIVO

El banano la fruta más popular del mundo. De hecho, el banano no es un árbol sino una hierba alta que crece hasta 15 metros. Se cultivan bananos en muchos países a nivel mundial, los cuales producen toneladas de fruta al año. El cultivo de banano para el consumo local, por lo general, se cultiva en sistemas extensivos tradicionales.

El Ecuador es productor de banano, la calidad de su fruta es lo que hace que en gran parte del mundo se consuma nuestro banano, es líder en el ámbito internacional bananero, es fundamental en el comercio mundial, ya que Ecuador es el primer exportador de esta fruta desde años atrás. Ecuador goza de condiciones climáticas excepcionales, las que junto a la riqueza de su suelo, han permitido que el país se convierta en un productor agrícola de excelente calidad. Existe disponibilidad de la fruta todo el año. El banano es un gran alimento por el potasio que contiene y debido a su textura, es ideal para niños y ancianos. Las variedades que el Ecuador ofrece al mercado internacional son: Cavendish, Orito y Rojo. En los últimos años se ha desarrollado la agricultura orgánica, dando como resultado el banano con certificación orgánica y también otras con certificaciones amigables con el medio ambiente, lo laboral y lo social.

Asimismo cuenta con una oferta de banano orgánico certificado, disponible todo el año, en donde se utiliza fertirriego con Bioles, que son biofertilizantes orgánicos que datan desde la época incaica, fertilización orgánica con productos naturales propios del país y un manejo adecuado de plagas, mediante biodiversidad biológica.

En la presente investigación se analiza la problemática de la producción por hectárea de banano orgánico en la Hacienda Maravilla, Cantón Valencia en el año 2012.

ABSTRACT

Bananas the most popular fruit in the world. In fact, the banana is not a tree but a tall grass that grows up to 15 meters. Bananas are grown in many countries worldwide, which produce tons of fruit per year. The cultivation of bananas for local consumption, usually grown in traditional extensive systems.

The Ecuador's banana producer, the quality of its fruit is what makes much of the world in our banana is consumed, is a leader in the banana internationally, is essential in world trade , as Ecuador is the largest exporter of this fruit for years. Ecuador enjoys exceptional weather conditions, which together with the richness of its soil, have allowed the country to become a farmer of excellent quality. There is availability of the fruit throughout the year. Bananas are a great food for the potassium it contains and because of its texture, is ideal for children and the elderly. The varieties that Ecuador offers the international market are: Cavendish, Orito and Red. In recent years it has developed organic agriculture, resulting in bananas with organic certification and other certifications with friendly environmental, labor and social.

It also has a range of certified organic bananas, available all year, where fertigation is used Bioles, which are organic bio fertilizers dating from Inca times, organic fertilization own natural products of the country and appropriate pest management by biological diversity.

In this research the problem is analyzed production per hectare of organic bananas at Hacienda Wonder, Canton Valencia in 2012.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La agricultura es uno de los sectores más importantes de la economía ecuatoriana debido a su ubicación geográfica, en la cual cuenta con zonas aptas para desarrollar diversos cultivos, como por ejemplo la producción de banano.

En el país, de acuerdo con el tipo de manejo que se le da al cultivo de banano, existe una producción convencional y una orgánica, esta última surgió como una alternativa para no utilizar agroquímicos, las cuales causan el deterioro en el suelo, contaminación al medio ambiente, ya que mediante la presencia de residuos químicos en la fruta, origina grandes enfermedades para los habitantes del sector, sobre todo a quienes se involucran directamente con el cultivo de este producto.

Esta alta alternativa conlleva a los productores orgánicos a mejorar sus ingresos y elevar la competitividad en el sector, el mismo que se considera una actividad tecnológica y económica, diferente a la producción del banano convencional, convirtiéndose como alimento de primera necesidad.

En nuestro país hoy en día no hay muchos productores de este producto, debido a que la mayoría aún produce banano convencional y existen pocos productores que también exportan su propia cosecha.

El objetivo de este proyecto es estudiar la factibilidad para la producción del banano orgánico por hectárea en la hacienda Maravilla, cantón Valencia en el año 2012.

I Capítulo, se desarrollará el marco contextual, en el cual está incluida la introducción, la misma que tiene el enfoque general del proyecto, seguido con la problematización objetivos e hipótesis del proyecto.

II Capítulo, está conformado por el marco teórico, como su nombre lo indica, consta de una fundamentación teórica del proyecto, estableciendo unidades relevantes para cada problema a investigar.

III Capítulo, se desarrolla la metodología de la investigación, en la cual describimos los materiales y métodos que utilizamos, además determinamos el tipo, diseño, población y muestreo de la investigación.

IV Capítulo, determinamos los resultados y discusión de la investigación realizada.

V Capítulo, presentamos las conclusiones y recomendaciones del proyecto

VI Capítulo, bibliografía utilizada en la investigación.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento del problema.

Desde hace algunos años atrás en nuestro país se ha tratado de producir banano orgánico en mayor porcentaje con relación al banano convencional, pero la problemática surge a raíz que en el Ecuador existen muy pocos productores que producen este banano, que por lo consiguiente hace que haya una escasez de la exportación del mismo.

Con lo mencionado anteriormente los productores carecen de un estudio de mercado y financiero, donde puedan determinar la oferta y la demanda, la rentabilidad de este producto y así poder descartar el riesgo de invertir y poder estabilizarse e incrementar el porcentaje de la producción en el mercado.

Además existe un alto riesgo de invertir en el cultivo de banano orgánico, lo que ocasiona que no exista un estudio financiero apropiado donde se determine la rentabilidad de la producción.

Puntualmente en la Hacienda Maravilla del Cantón Valencia carece de una adecuada infraestructura, lo que provoca retrasos en la producción del banano orgánico con destino de exportación, lo que ocasiona también estancamiento en la rentabilidad de la hacienda.

1.2.1.1. Diagnóstico.

Causa

- Poca producción del banano orgánico con relación al banano convencional.
- No existe un análisis adecuado de la oferta y la demanda.
- Riesgo de invertir en el cultivo de este producto.
- Infraestructura inadecuada en la Hacienda Maravilla.

Efecto

- Disminución de la producción de banano orgánico.
- Carece de estabilidad en el mercado competitivo.
- No existe un estudio financiero donde determinen los productores la rentabilidad de su producción.
- Retraso en el proceso de producción del banano orgánico.

1.2.1.2. Pronóstico

- Incremento de los costos de producción.

- Pérdida de clientes.
- Inadecuado manejo en la gestión financiera.
- Bajo rendimiento del proceso de cajas de banano por día.

1.2.1.3. Control del pronóstico.

- Potencializar relación con mercados exclusivos, buscando ampliación en volumen y estabilidad, además se debe optimizar recursos para reducir costos de producción en incrementar rentabilidad.
- Incrementar el valor al cliente supliendo globalmente nuestro producto con calidad y enfoque al servicio, optimizando recursos propios e implementando programas de trazabilidad y sustentabilidad.
- Realizar una adecuada evaluación financiera para determinar la rentabilidad de la producción del banano orgánico.
- Rediseñar las empacadoras para que el proceso de cajas de banano por día se incremente y obviamente mejore su rendimiento.

1.2.2. Formulación del problema

¿Es financieramente factible y técnicamente viable la producción por hectárea de banano orgánico en la Hacienda Maravilla, Cantón Valencia en el año 2012?

1.2.3. Sistematización del problema

- ¿De qué manera el estudio de mercado contribuirá a la identificación de los canales de comercialización del banano orgánico?
- ¿Cuáles son los costos de producción y el margen de utilidad de la producción de banano orgánico?
- ¿Cómo se evaluará la factibilidad de la producción del banano orgánico?

1.2.4. Delimitación del problema.

Objeto de Estudio: Estudio de Factibilidad para la producción de banano orgánico por hectárea en la Hacienda Maravilla, cantón Valencia en el año 2012.

País: Ecuador.

Región: Costa.

Lugar: Cantón Valencia/Nueva Unión/margen derecho/ camino vecinal.

Campo de acción: Hacienda Maravilla.

Tiempo: La investigación estará basada desde el Mes de Enero del 2012, hasta Diciembre del mismo año.

1.3. Justificación.

El Ecuador es un país que posee una diversidad de regiones aptas para el desarrollo de plantaciones bananeras, provisto de una gran gama de recursos naturales, suelos muy fértiles, condiciones agrícolas apropiadas, tiene ventajas competitivas y climáticas, aun así el sector no ha sido aprovechado en una forma eficiente, siendo este uno de los sectores productivos con mayor potencial de desarrollo y crecimiento.

Es así que este proyecto de investigación estará situado en la ciudad de Valencia, el mismo que cumple con las condiciones de suelo que se requiere para esta clase de cultivo.

Es factible realizar este proyecto, para buscar internamente las causas de los problemas que tiene el sector a través de un análisis interno y así poder establecer una propuesta acorde a los objetivos.

Con la realización de este proyecto, serán beneficiadas todas las personas, tanto los pueblos aledaños donde se está cultivando este producto, por el no uso de los químicos, el cual no afectará el medio ambiente, como los consumidores por obtener un producto que carece de químicos.

Las áreas que se utilizaran para la realización de este proyecto serán administrativas, marketing, finanzas y gestión empresarial.

Por lo antes expuesto, justifican la realización de este proyecto, el cual cuenta con una serie de pasos para su desarrollo, información que facilitará la toma de decisiones para canalizar diferentes recursos.

En conclusión, este proyecto tiene como finalidad demostrar por medio de su contenido la factibilidad de invertir en la producción de banano orgánico.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad de la producción por hectárea de banano orgánico en la Hacienda Maravilla, cantón Valencia en el año 2012.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercado para identificar los canales de comercialización de producción.
2. Realizar un estudio técnico sobre la viabilidad del proyecto.
3. Determinar los costos de producción y el margen de utilidad que tendrá la producción de banano orgánico.
4. Realizar la evaluación económica de la producción de banano orgánico.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La elaboración de un estudio de factibilidad permite incrementar la producción por hectárea de banano orgánico, en la Hacienda Maravilla del cantón Valencia.

1.5.2. Variable dependiente.

Incremento de la producción por hectárea de banano orgánico en la Hacienda Maravilla, del cantón Valencia.

1.5.3. Variable independiente.

Un estudio de factibilidad por hectárea de banano orgánico.

1.5.4. Hipótesis específicas.

- Mediante el estudio de mercado se identificará los posibles canales de comercialización de este producto.
- Realizando un estudio técnico, se podrá evidenciar y determinar la viabilidad de la producción.
- Con el análisis de los costos de producción, se podrá determinar el margen de utilidad que tendrá el cultivo de banano orgánico.
- Al elaborar el estudio financiero del proyecto, se determinará si la producción del banano orgánico es rentable para la toma de decisiones.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica y conceptual.

2.1.1. Estudio de factibilidad.

“Se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización¹”.

“Estudio de factibilidad representa el caso ideal en el proceso de evaluación de proyectos, ya que combina ambas propuestas al generar un documento donde se analiza a profundidad los elementos cualitativos y cuantitativos de un proyecto²”.

En síntesis, consiste en definir el nivel de factibilidad, es decir las posibilidades de éxito para conseguir la solución de las necesidades.

2.1.1.1. Estudio de Mercado.

“El estudio de mercado de un proyecto, es uno de los más importantes y complejos análisis que debe realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrán que analizar los mercados, proveedores, competidores y

¹ ARIAS, Josué. (2008). Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración. Lima- Perú. Editorial de libros técnicos. p. 145.

² PALACIOS, L. E. (2008). Principios esenciales para realizar proyectos. Un enfoque latino (3ra ed.). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

distribuidores, e incluso cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo³”.

“El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico⁴”. Por espacio se entiende:

El estudio de mercado, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser la base sólida para realizar un estudio completo y proporcionar datos básicos para las ventas partes de la investigación.

a) Producto

“Los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista. Por su vida de almacén, puede clasificarse como duraderos o como no duraderos. Los productos de consumo, ya sea intermedio o final, también pueden clasificarse como: de conveniencia, productos que se adquieren por comparación, productos que se adquieren por especialidad, productos no buscados, también se puede clasificar los productos en una forma general como bienes de consumo intermedio (industrial) y bienes de consumo final⁵”.

“Un producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor.

³ HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFS, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

⁴ INIESTA, P. (2009). Máster de Marketing, Gestión 2008, Barcelona – España. p. 45 -67.

⁵ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

Un producto es todo aquello que la empresa o la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores⁶.

b) Precio.

“El precio es una evaluación efectuada sobre un producto y que traducida a unidades monetarias expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo su capacidad para satisfacer necesidades⁷”.

“El precio de un producto es solo una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse con rapidez. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y, en última instancia, el producto irá al fracaso. Pero, si el precio es muy elevado, las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasarán⁸”.

En conclusión el precio expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios.

c) Promoción.

“La promoción es la difusión mediante una comunicación integral y directa del producto que se oferta para los futuros clientes o usuarios⁹”.

⁶ KERIN R., HARTLEY S. y RUDELIUS W. (2009), Marketing, Novena Edición, de McGraw-Hill Interamericana, Pág. 254.

⁷ DICCIONARIO DE MARKETING. (2008). Grupo Ediciones Cultural. Madrid. España. p. 25, 36, 45,72.

⁸ ESPEJO, Jorge. (2011). Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill - Interamericana, Pág. 230.

⁹ MURCIA, Joel. (2009). Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfa omega Colombiana S.A. p. 95.

“Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están: establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación¹⁰.”

d) Publicidad.

“Es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado. Cualquier tipo de publicidad siempre presenta tres elementos básicos: el anunciante, la agencia y los medios publicitarios¹¹”.

“Es una forma de comunicación pagada y que no es personal sino masiva, que se realiza de un producto o servicio, entendiéndose que este producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia. El componente de no personal se refiere a que la publicidad es masiva, esto es, comunicar a través de medios masivos como puede ser prensa, revistas, televisión¹²”.

e) Análisis de la demanda.

“El término demanda se puede definir como el número de unidades de un determinado bien y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un período determinado de tiempo y según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores, etc¹³”.

¹⁰ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

¹¹ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

¹² MURCIA, Joel. (2009). Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfaomega Colombiana S.A. p. 95.

¹³ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

“La demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado¹⁴”.

La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado.

f) Análisis de la oferta.

“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 servicio¹⁵”.

2.1.1.2. Estudio Técnico.

“El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente¹⁶”.

“Un estudio técnico tiene por objetivo delimitar las condiciones operativas para la fabricación del producto y/o prestación del servicio, especificando las materias primas y la tecnología disponible, el tamaño del proyecto, la localización de la planta, la estructura de la organización, así como la cuantificación de la inversión y de los costos asociados a ella¹⁷”.

Esto permite demostrar la viabilidad técnica de un proyecto y muestra y justifica la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al mismo.

¹⁴ ESPEJO, Jorge. (2011). Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill - Interamericana, Pág. 230.

¹⁵ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

¹⁶ HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFGSA, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

¹⁷ GARCÍA, Wilson. (2012). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. Cuarta Edición. México. p. 128.

a) Tamaño.

“El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definido en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa¹⁸”.

“El elemento más importante para determinar el tamaño del proyecto es generalmente la cuantía de la demanda actual y futura que ha de atenderse¹⁹”.

En resumen, cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado del proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal para atenderlo.

b) Localización.

“Se refiere a la macro localización como la micro localización de la nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación²⁰”.

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)²¹”.

Los factores importantes que hay que considerar en el estudio de terrenos y sitios para la localización de plantas son: materia prima, transportes, agua industrial, eliminación de desechos, combustible y energía, mano de obra, clima y factores de la comunidad.

¹⁸ HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

¹⁹ BACA, Gabriel. (2008). Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, p. 90 – 92.

²⁰ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

²¹ BACA, Gabriel. (2008). Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, p. 90 – 92.

c) Comercialización.

“Es la transferencia del bien de los centros de reproducción a los centros de consumo, pero esta transferencia debe contemplar: el colocar el bien en tiempo y lugar adecuado, que le permita al consumidor efectuar sus compras para satisfacer sus necesidades²²”.

“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales²³”.

Para llevar a cabo la venta de sus productos, el empresario (productor) recurre a la selección de canales de distribución, los cuales son la ruta que sigue un producto de los centros de producción hasta el consumidor final, teniendo en consideración que entre mayor sea el número de intermediarios que participen en esta etapa, el precio de las mercancías irá aumentando a lo largo de un punto a otro.

d) Canales de distribución.

“Un canal de comercialización permite conocer de manera sistemática el flujo de circulación de los bienes o servicios entre su origen (productor), y su destino (consumidor)²⁴”.

“La distribución hace referencia a los canales a través de los cuales se hace llegar un producto al consumidor²⁵”.

²² HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

²³ RIVADENEIRA, Diego. COMERCIALIZACIÓN: Definición y Conceptos. Empresa & Actualidad. Disponible en: <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>. Consultado el 23 de diciembre del 2013

²⁴ HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

Es decir, los canales de distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

e) Ingeniería del proyecto.

“La ingeniería del proyecto tiene como objetivo general resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva²⁶”.

“Manifiesta que esta etapa del estudio tiene por objeto definir el proceso de producción, los equipos y las inversiones, y hacer posible el cálculo de los costos de producción²⁷”.

El estudio de Ingeniería del proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación.

2.1.1.3. Estudio Económico.

“En esta etapa del proyecto se tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcione las etapas anteriores como es elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto²⁸”.

²⁵ DA COSTA, Joao. (2012) Diccionario de Mercadeo y Publicidad, Editorial Panapo.

²⁶ HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

²⁷ GARCÍA, Wilson. (2012). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. Cuarta Edición. México. p. 128.

²⁸ SAPAG, N.; SAPAG, R. (2008). Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. p. 438.

“El estudio económico consiste en determinar la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista de la economía en su conjunto a precios sombra o de eficiencia, para su efecto sobre la rentabilidad de la inversión²⁹”.

El análisis económico se centra, fundamentalmente, en la valoración de la situación económica y financiera existente y en los riesgos implícitos de corto a medio plazo para la estabilidad de precios desde la perspectiva de la interacción de la oferta y la demanda en los mercados de bienes, servicios y factores en los citados horizontes temporales.

a) Financiamiento.

“Es la aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés³⁰”.

“El financiamiento es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Según su origen, las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa; también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas³¹”.

El financiamiento es un mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto.

²⁹ MURCIA, Joel. (2009). *Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación*. Editorial Alfaomega Colombiana S.A. p. 95.

³⁰ BACA, Gabriel. (2008). *Proyectos de Inversión*. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, p. 90 – 92.

³¹ DOMÍNGUEZ Gómez, Efrén. (2011). Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Economía. Propuesta de una alternativa de Financiamiento para el Hotel Playa de Oro Varadero. Universidad de Matanzas.

b) Presupuesto

“Documento que contiene el estimado de los ingresos y gastos que se producirán durante un determinado período en una compañía. Puede referirse sólo a una parte de las actividades, como por ejemplo; a un producto o familia de productos, o bien a la actividad global de la empresa³²”.

“Es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Para alcanzar estos fines puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos)³³”.

El presupuesto significa planear lo que se quiere hacer en el futuro y expresarlo en dinero.

c) Inversión.

“La inversión es la transformación de bienes circulantes o líquidos rentables o productivos. El término es aplicable tanto al acto transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura³⁴”.

“Deduce que la inversión es la suma de todos los gastos que se van a incurrir para iniciar un proyecto. La inversión del proyecto puede clasificarse, según

³² WEIERS, R. (2009). Investigación de Mercados. Edición. Prentice – Hall Hispanoamericana, México. p. 78 - 309.

³³ HAIR.BUSH-ORTINAU. (2009). Investigación de Mercados.Mc Graw Hill.2 Ed. México. p. 88-98.

³⁴ DÁVALOS, Peter. (2008). Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. p. 102 -104.

corresponda, por terreno, obras físicas, equipamiento de fábrica, oficinas, etc³⁵”.

En síntesis, una inversión es cuando utilizas tu dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones.

d) Costos.

“Representan el conjunto de recursos destinados a la adquisición de bienes y servicios principales y secundarios para elaborar un nuevo producto que dará ganancias económicas a la entidad contable, como también representa los recursos asignados a la compra de bienes que habrán de ser vendidos por la entidad³⁶”.

“De acuerdo al período de planeación de la producción, existen costos fijos y costos variables. Los costos que se deben efectuar aunque no se produzca nada, son los costos fijos, estos no varían con los cambios en la producción³⁷”.

Los costos fijos y los costos variables son iguales a los costos totales, ya que estos son muy necesarios al computar el ingreso neto, puesto que esto es igual al ingreso total menos el costo total.

e) Ingresos.

Dávalos (2008), son entradas o salidas de dinero o valores que lo representen, se originan en las ventas de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado.

³⁵ KOTLER, P. (2008). Mercadotecnia. Cuarta Edición. México. 738 p.

³⁶ SPILLER, L. y GOSMAN, M. (2009). Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. México. Mc. Graw Hill. p. 156 – 159.

³⁷ AYALA, Roberto. (2008). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. p. 255.

“Es la cantidad que se dispone para gastos de consumo personal y ahorros. También es proveniente de sueldos, salarios, dividendos, rentas, intereses, negocios, etc³⁸”.

Los ingresos hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, entre otras.

f) Depreciación.

“Es la pérdida del valor de los bienes de activos fijos al uso, deterioro o desuso³⁹”.

“La depreciación es considerada como la pérdida paulatina del valor de los activos fijos por desgaste u obsolescencia⁴⁰”.

La depreciación se la realiza de acuerdo al Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno que en su artículo 20, numeral 6 dispone: Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares 5 % anual; Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 % anual; Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil, el 20 % anual y Equipo de cómputo y software el 33% anual.

g) Flujos de fondos netos.

“La construcción del flujo de fondos, es decir, resumir los ingresos y egresos que el proyecto tendrá durante la vida útil, constituye el primer gran pasó en la evaluación financiera de proyectos de inversión o en general en el análisis de toma de decisiones. Una vez que se haya realizado la construcción del flujo de

³⁸ SPILLER, L. y GOSMAN, M. (2009). Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. México. Mc. Graw Hill. p. 156 – 159.

³⁹ AYALA, Roberto. (2008). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. p. 255.

⁴⁰ SARMIENTO, Rodrigo. (2008). Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. p. 74 – 90.

fondos, el siguiente paso es encontrar los indicadores de rentabilidad que son señales que indican la viabilidad del proyecto⁴¹.

“Es la diferencia entre las entradas y salidas del dinero durante un periodo determinado. Dentro de la empresa este es uno de los mejores instrumentos financieros para relacionar los ingresos con los egresos que tiene la empresa durante un periodo establecido⁴²”.

El flujo de fondos y de efectivo son instrumentos de planeación y control financiero; que complementan la Preparación y Evaluación de Proyectos.

h) Estados financieros.

“Son el producto final del proceso contable de la información financiera, elemento imprescindible para que los diversos usuarios puedan tomar decisiones: La información financiera que dichos usuarios requieren que se centre primordialmente en la evaluación de la situación financiera de la rentabilidad y la liquidez⁴³”.

“Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa⁴⁴”.

En el estado financiero se estipulan los ingresos, gastos y ganancias que se tuvieron a lo largo de un periodo determinado que, como habíamos mencionado antes, suele ser de un año.

⁴¹ HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

⁴² DICCIONARIO DE MARKETING. (2008). Grupo Ediciones Cultural. Madrid. España. p. 25, 36, 45,72.

⁴³ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

⁴⁴ SARMIENTO, Rodrigo. (2008). Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. p. 74 – 90.

i) Balance general.

“El Balance General o Estado de Situación Final expone la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso⁴⁵”.

“El Balance General es un documento que muestra la situación financiera de una entidad económica a una fecha fija. El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada (el último día del año natural o fiscal)⁴⁶”.

Nos demuestra la situación económica actual de la empresa; en la columna del activo estarán los valores de las diferentes cuentas que posee la empresa, por ejemplo: Caja - Bancos, Mercaderías, Cuentas por Cobrar, Documentos por Cobrar, Activos Fijos, entre otros, en la columna del pasivo estarán los valores de las diferentes cuentas que adeuda la empresa a terceras personas, tales como: Cuentas por pagar, Documentos por pagar, Capital social, Reservas; Utilidades no distribuidas, entre otras.

j) Estado de resultados.

“Es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta⁴⁷”.

“Señala que el primero de los estados financieros básicos es el Estado de Resultados. Dicho estado financiero trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables. Al remanente se llama

⁴⁵ SARMIENTO, Rodrigo. (2008). Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. p. 74 – 90.

⁴⁶ CRUZ, Vidal. (2009). El balance general concepto y estructura. Contabilidad y auditoría. Disponible en: <http://contabilidadalovidacruz.blogspot.com/2009/07/3-el-balance-general-concepto.html>. Consultado el 23 de diciembre del 2013

⁴⁷ TERRANOVA (2008). Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia. p. 110.

resultado, el que puede ser positivo o negativo, si es positivo se lo llama utilidad y si es negativo se lo denomina pérdida⁴⁸.

Esto nos indica que el estado de resultados es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

k) Indicadores de rentabilidad.

“Son las utilidades obtenidas en el periodo como un porcentaje de las ventas, de los activos o del patrimonio⁴⁹”.

“Significa el porcentaje de utilidad antes de participación e impuestos con relación al capital o patrimonio, es decir mide la rentabilidad de los fondos aportados por los socios o accionistas⁵⁰”.

Estos sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y los gastos, y de esta manera convertir las ventas en utilidades.

l) Valor Actual Neto (VAN).

“Se establece que el V.A.N de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión⁵¹”.

⁴⁸ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

⁴⁹ VISCIONE, J.(2009). Análisis Financiero: Principios y Métodos. México.Mc Graw Hill.p. 335.

⁵⁰ BORJA, Alberto. (2008). Contabilidad para el Nuevo Milenio. Primer Nivel. Primera Edición. Machala- Ecuador. Editorial Impssur. p. 200.

⁵¹ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

“El valor actual neto (VAN) se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión⁵²”.

Esto nos indica que el VAN es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente.

m) Tasa Interna de Retorno (TIR).

“Indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo⁵³”.

“Es un criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión, se define como la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero⁵⁴”.

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión.

n) Relación beneficio y costo.

“Se utiliza para evaluar las inversiones económicas o de interés. Tanto los beneficios como los costos no cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, y además se toma en cuenta criterios sociales⁵⁵”.

“La relación Beneficio/Costo, se define como aquel coeficiente de evaluación de proyectos, que resulta de dividir los ingresos netos actualizados entre los

⁵² HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

⁵³ ORTEGA, Ubaldo. (2008). Análisis Financiero: Certificación Internacional de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en Gestión de Proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ. Módulo 5. p. 18-22.

⁵⁴ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

⁵⁵ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

egresos. En otras palabras, indica cuánto representan los ingresos actualizados respecto a los egresos actualizados⁵⁶”.

En este análisis se comparan los beneficios obtenidos con los costes de un determinado proyecto y en un principio se considerara un negocio viable todo aquel en el que este tipo de análisis salga positivo.

La relación Beneficio / Costo se la puede establecer de la siguiente manera:

$B/C > 1,0$ financieramente es factible.

$B/C = 1,0$ financieramente es indiferente.

$B/C < 1,0$ financieramente no es factible.

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal.

2.1.1.4. Banano

“El banano es una de las frutas más populares del trópico gracias a su contenido de potasio y rico sabor es un alimento ideal para niños y adultos⁵⁷”.

Es un alimento sencillo y altamente nutritivo. Es muy fácil de consumir y digerir, cualidades que lo hacen atractivo para personas de todas las edades. Es una de las frutas más populares y más consumidas en el mundo, ocupa un lugar importante en la dieta de las personas.

⁵⁶ GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

⁵⁷ MUÑOZ, Andrea. (2013). El banano. Frutas tropicales. Disponible en:

<http://www.angelfire.com/zine2/frutastropicales/> Consultado el 23 de diciembre del 2013

a) Banano orgánico

“El banano orgánico es producido principalmente por pequeños agricultores, a nivel mundial⁵⁸”.

“En América Latina la producción de banano orgánico nace entre los pequeños productores, como una alternativa real frente a las condiciones económicas que enfrentan, como son las exigencias para la concesión de créditos, pero fundamentalmente porque les permite continuar con sus prácticas ancestrales culturales de cultivo de la tierra, por lo que la agricultura orgánica no es sólo una actividad lucrativa, sino que representa una opción de vida⁵⁹”.

2.1.1.5. Producción.

“Es la actividad desde el punto de vista de la economía, según los primeros fisiócratas, se identificaba la producción con la agricultura, no se contemplaba otra posibilidad para la economía. Con la llegada de la industria, los clásicos en economía, incrementan este campo y ahora se refieren a dos tipos de actividad: la agricultura y la industria (actividad principal en el esquema económico de la época⁶⁰”.

“Producción, desde el punto de vista económico es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital,) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que éstas presentan⁶¹”.

⁵⁸ MUÑOZ, Andrea. (2013). El banano. Frutas tropicales. Disponible en: <http://www.angelfire.com/zine2/frutastropicales/> Consultado el 23 de diciembre del 2013

⁵⁹ RAMÓN, Jessenia. (2010). Proyecto de inversión para el desarrollo de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su exportación a Hamburgo-Alemania. UTPL. Ecuador. p. 30-35.

⁶⁰ ALVAREZ, Carlos. (2009). Apuntes de la materia Orgón y Métodos del trabajo, USC.

⁶¹ FERRIN, Rosa. (2008). Economía y medio ambiente, Pag. 13.

En resumen la producción es la actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios.

2.1.1.6. Exportación

“Exportación es la comercialización de bienes al exterior, cumpliendo todas las normas vigentes a nivel nacional⁶²”.

“La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internaciones⁶³”.

Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventar.

⁶² ANDRADE, Simon. (2009). Diccionario de Economía, Tercera Edición, Editorial Andrade, Pag. 215.

⁶³ DANIELS, Roland. (2013). Qué son las exportaciones. Efecto. Disponible en:
<http://www.efcto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>. 2013

2.2. Fundamentación Legal

2.2.1. Pasos para exportar desde Ecuador. Ley Orgánica de Aduanas.

PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR

“Declaración de Exportación. Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación⁶⁴”

Documentos a presentar:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

Trámite:

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la

⁶⁴ ADUANA DEL ECUADOR. Pasos para exportar desde Ecuador. [en línea]: Disponible en: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action. Consultado: 5 de noviembre del 2013.

Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación. Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos: DAU impresa.

- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.

- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

Certificados Sanitarios.- Adicionalmente se requiere la obtención de, entre otros, los siguientes certificados sanitarios o registros:

Certificado fitosanitario de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de material vegetal o productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados, para fines de propagación.

Certificado Zoosanitario emitido por Agro calidad para la exportación de ganado, productos u subproductos de origen animal.

Certificado ictiosanitario del Instituto Nacional de Pesca (INP) para la exportación de productos acuícolas y pesqueros.

Registro Sanitario para la exportación de alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutraceuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos u productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos u plaguicidas para uso doméstico e industrial.

Registro de exportadores de flores y ramas cortadas, plantas, productos vegetales o material vegetal de propagación de especies de plantas ornamentales, en Agro calidad.

Marca que garantiza el tratamiento de los embalajes de madera y para los países que lo establezcan como requisito, certificado fitosanitario de Agro calidad.

Certificado fitosanitario de Agro calidad para exportación de maíz duro y soya

Certificado fitosanitario de Agro calidad para exportación de cacao.

Certificados Exigidos.- Entre los principales certificados se pueden mencionar los siguientes:

Certificado de Origen: Las exportaciones de los productos que se acogen a preferencias arancelarias concedidas al Ecuador, deberán sujetarse al Reglamento que norma la verificación y certificación del origen preferencial de las mercancías ecuatorianas de exportación. El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) es la autoridad gubernamental competente para verificar y certificar el origen de las mercancías ecuatorianas de exportación, excepto hidrocarburos. Esta facultad, podrá ser delegada a las entidades que el Mipro declare habilitadas. Corresponde al Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), emitir y entregar el certificado de origen de la Organización Internacional del Café (OIC), solicitado por un exportador de café.

Para las exportaciones de productos pesqueros hacia la Unión Europea amparadas en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), otorgado por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros. Certificado de calidad, otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para productos ecuatorianos de exportación que deban tener un certificado de conformidad con norma para ingresar a otros países, debido a exigencias de reglamentos técnicos de esos países.

Certificado de cumplimiento de las regulaciones del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control –HACCP, para la exportación de productos pesqueros y acuícolas, otorgados por el Instituto Nacional de Pesca (INP).

Certificado de calidad, para la exportación de cacao en grano y sus derivados, otorgado por el MAGAP a través de la Agencia Ecuatoriana de Calidad del Agro (AGROCALIDAD).

Certificado de calidad y variedad del café de exportación, emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC).

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1. Materiales y Equipos.

Equipos	Cantidad
Computador	1
Impresora multifuncional	1
Copiadora	1
Cámara Digital	1
Celular	1
Materiales	
Pen-Driver	1
CD-RW	7
Remas de papel A4	3
Lápices	4
Bolígrafos	4
Cuaderno	1
Carpetas	6
Anillados	6
Libros	9
Folletos	7
Módulos	4
Empastados	2

3.1.2. Localización y Duración de la Investigación.

El estudio se lo llevó a cabo en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Situado geográficamente entre las coordenadas 0°57'9" de latitud sur y 79°20'54" de longitud oeste, segundo en extensión, con 987.00 Km2. La investigación tuvo una duración de 4 meses.

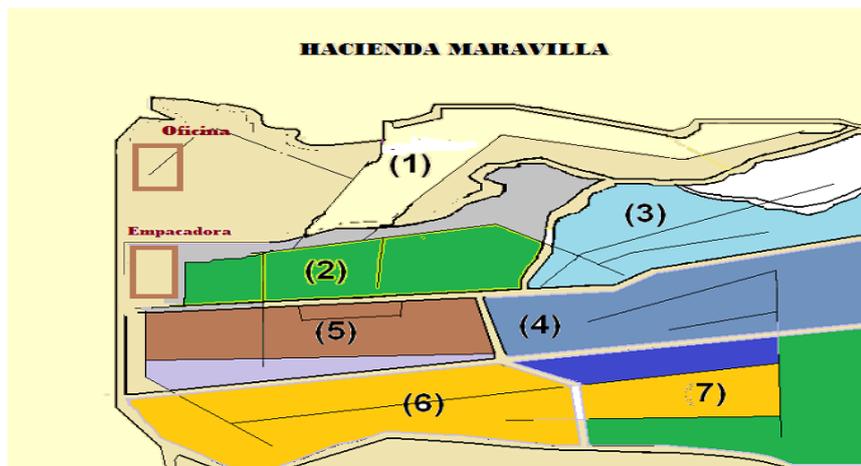


GRÁFICO 1. Plano de Hacienda Maravilla.

Elaborado: Autora.

3.1.3. Métodos de Investigación.

3.1.3.1. Inductivo.

Este permitió extraer información referente al objeto de estudio, aplicando encuestas a través de la webcon herramientas de traducción a varios idiomas, además entrevistas a los administradores de la hacienda Maravilla del cantón Valencia.

3.1.3.2. Deductivo.

Permitió razonar y deducir los datos recopilados mediante la aplicación del estudio de mercado, dando las evidencias necesarias para conocer la posibilidad de producir banano orgánico en el cantón Valencia.

3.1.3.3. Analítico.

Este permitió analizar los datos e información recopilada en el estudio de mercado, a despejar las interrogantes, comprobar la hipótesis y alcanzar los objetivos planteados.

3.1.3.4. Estadístico.

A través de este método se tabuló, graficó, interpretó y analizó toda la información obtenida mediante las encuestas y entrevistas.

3.1.4. Fuentes de Investigación.

3.1.4.1. Primarias.

La fuente primaria de la presente investigación fue el estudio de factibilidad, el mismo que permitió posteriormente hacer la comprobación de la hipótesis.

3.1.4.2. Fuentes Secundarias.

Se recurrió a fuentes bibliográficas, tales como consultas en libros, tesis y en información en internet, las mismas que permitió realizar la presente investigación.

3.1.5. Tipos de Investigación.

3.1.5.1. De campo.

El estudio de campo se lo implementó en la hacienda Maravilla del cantón Valencia y se aplicaron encuestas a través de la web para estimar la demanda a captar, además se realizó entrevistas a los administradores de la hacienda para estimar la capacidad productiva.

3.1.5.2. Bibliográfico – documental.

Permitió recopilar información teórica referente al objeto de estudio, para ello fue necesario citar información de varios libros, folletos, módulos e internet. Mediante este se fortaleció el conocimiento y se hizo una confrontación con los resultados de la presente investigación.

3.1.6. Técnicas e Instrumentos de Evaluación.

3.1.6.1. Observación.

Esta técnica ayudó a establecer las características principales del objeto en estudio.

3.1.6.2. Encuesta.

Las encuestas se realizaron en base a un cuestionario previamente elaborado con preguntas relacionadas al objeto de estudio, estas se hicieron a través de la web y difundida a través de redes sociales.

3.1.6.3. Entrevista.

Se aplicó la entrevista a los administradores de la hacienda Maravilla del cantón Valencia.

3.1.7. Población y Muestra.

3.1.7.1. Población.

La población o universo de la presente investigación comprende una población infinita puesto que se desconoce la población ya que no presenta estudio anterior, por lo que se utilizará la fórmula para poblaciones infinitas.

3.1.7.2. Muestra.

La muestra se calculará mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

n= tamaño de la muestra

z2 = Nivel de confianza igual 1,96 con el 95%

P= proporción esperada, no se tiene información = 0,50

Q= 1-P = 1-0,5 = 0,5

e2= 5%

n = 1.962 x 0,5 x 0,5

0,052

n= 0,4905

0,0025

n = 196

3.1.8. Procedimiento Metodológico.

3.1.8.1. Estudio documental.

El estudio documentado, se lo extrajo de varias fuentes de consulta; libros, módulos, folletos, textos e internet, la información secundaria recopilada se la analizó con el fin de sistematizar lo más importante y plasmarlos en el presente estudio, coadyuvó con el análisis de los resultados y la discusión del objeto de estudio. En el desarrollo del estudio documental y de campo, se implementaron los tipos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación mencionados en este capítulo, los cuales permitieron alcanzar los objetivos planteados y determinar la factibilidad de creación.

3.1.8.2. Estudio de mercado.

La demanda insatisfecha se la obtuvo de la diferencia entre la oferta y la demanda.

3.1.8.3. Estudio técnico.

En el estudio técnico se tomó en cuenta el tamaño del mercado, la capacidad financiera. En este estudio se determinó la macro y micro localización del negocio, se establecieron los canales de comercialización que la empresa implementará.

3.1.8.4. Estudio económico.

En el estudio económico se estimaron los costos, ingresos, financiamiento y se establecieron los activos fijos tangibles e intangibles, gastos de publicidad, gastos generales, insumos.

Para calcular el préstamo bancario se generó la tabla de amortización con una tasa de interés del 11.85% del Banco Internacional, como consta en el cuadro 21.

La amortización genera una cuota constante para cada año - anualidad - que incorpora una cuota de interés y otra de reembolso de capital.

El punto de equilibrio se lo realizó una vez que se determinaron los costos, para su cálculo se utilizaron la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{costos variables}}$$

Para determinar el flujo neto se calculó el total de ingresos – total de egresos.

El cálculo del valor actual neto de la inversión se basó en una serie de flujos de efectivo periódicos, presentados en el flujo de caja y con una tasa de interés anual.

$$\text{VAN} = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1) \cdot (1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1) \cdot \dots \cdot (1+k_n)}$$

Dónde:

VAN= Valor actual neto

Q_1 = Flujo neto de efectivo (cuando en un mismo periodo se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos).

A= Inversión Inicial

n= Número de años

K_n = Tasa de interés de retorno del período

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se la utilizará para determinar la rentabilidad en función de porcentaje. La fórmula a emplearse fue la siguiente:

$$TIR = T_m + \frac{(T_M - T_m) \cdot (VANT_m - VANT_M)}{VANT_m - VANT_M}$$

Dónde:

TIR= Tasa interna de retorno

T_m =Tasa menor

T_M = Tasa mayor o tasa superior

$VANT_m$ = Valor actual neto menor

$VANT_M$ = Valor actual neto mayor

CAPÍTULO IV
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1. Análisis e interpretación de los datos

4.1.1.1. Estudio de mercado

Cuadro 1. Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Descripción	Frecuencia	%
Masculino	118	60
Femenino	78	40
Total	196	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

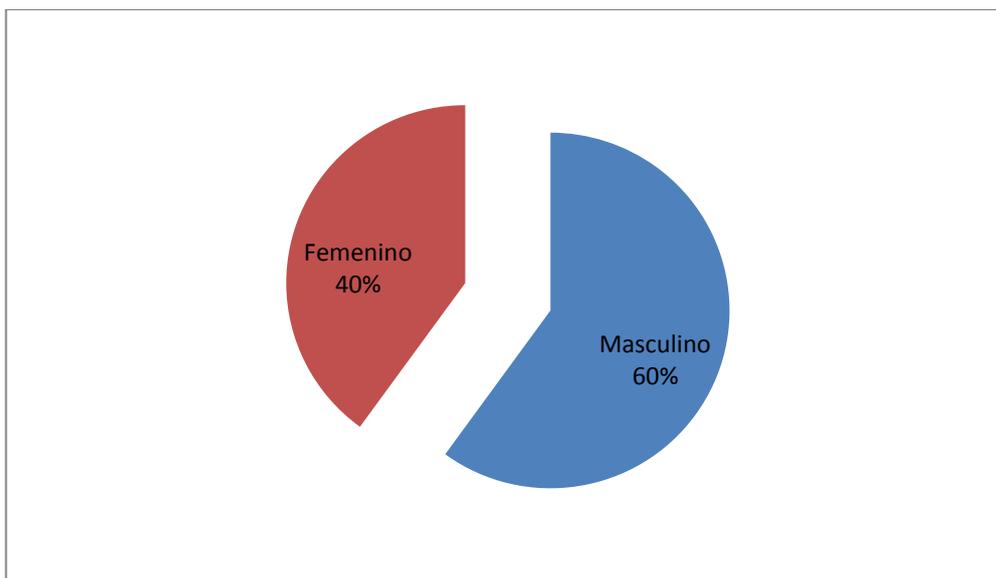


GRÁFICO 2. Género del encuestado.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia un 40% de los encuestados es de género femenino y el 60% restante es de género masculino.

Interpretación: Podemos visualizar el consumo de banano a nivel mundial distribuido en el género masculino y femenino.

Cuadro2. Pregunta2. ¿Cuál de las siguientes frutas consume regularmente?

Descripción	Frecuencia	%
Banana	98	50
Mango	59	30
Piña	39	20
Total	196	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

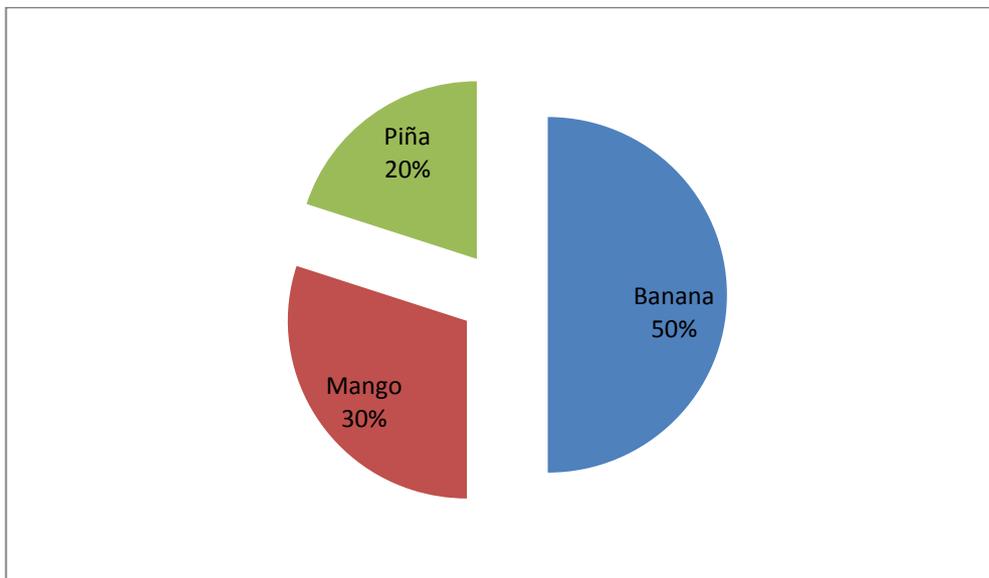


GRÁFICO 3. Consumo de tipo de fruta.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia un 50% de los encuestados consume banana.

Interpretación: Podemos visualizar el tipo de frutas de consumo a nivel mundial, con un gran porcentaje de representación para el banano.

Cuadro3. Pregunta3. ¿Conoce usted las propiedades nutricionales de la banana?

Descripción	Frecuencia	%
Si	176	90
No	20	10
Total	196	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

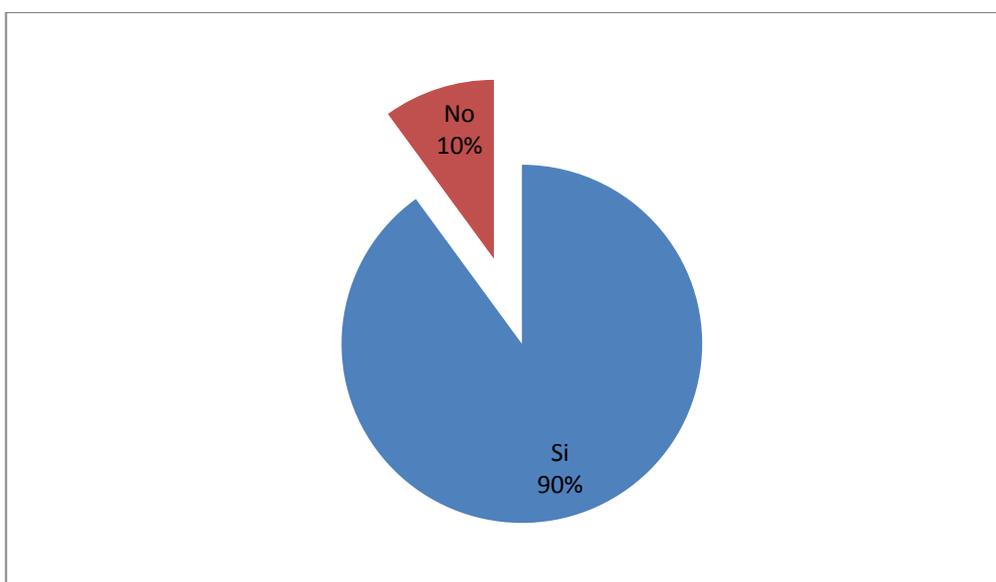


GRÁFICO 4. Conocimiento del valor nutritivo de banana.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia un 90% de los encuestados conoce el valor nutricional de la banana.

Interpretación: Podemos visualizar que la mayoría de los encuestados tiene conocimiento del valor nutricional de la banana.

Cuadro4. Pregunta4. ¿Qué tipo de banana come usted?

Descripción	Frecuencia	%
Banano convencional	15	52
Banano orgánico	14	48
Total	29	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

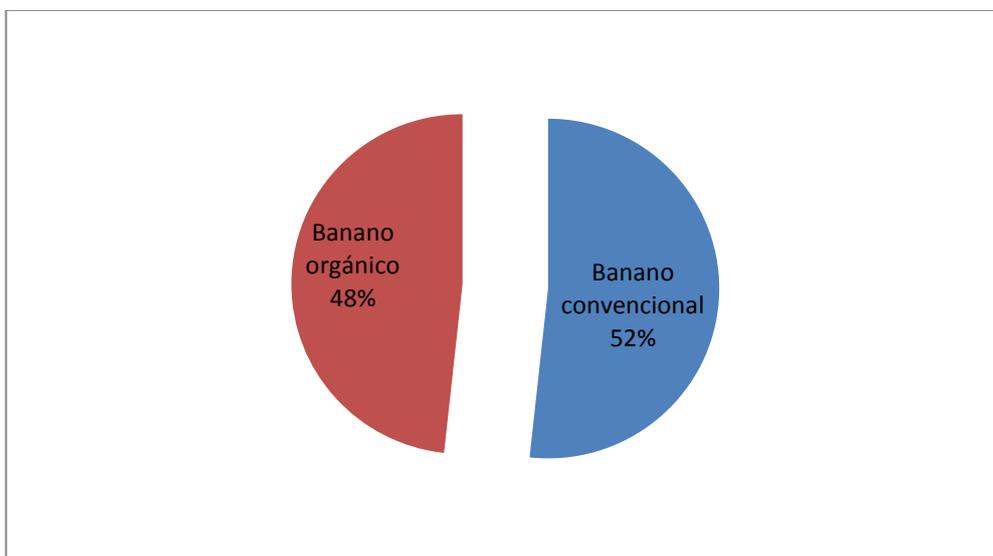


GRÁFICO 5. Consumo de tipos de banana.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia un 48% de los encuestados consume banana orgánico.

Interpretación: Podemos visualizar un gran consumo de banana orgánico a nivel mundial.

Cuadro5. Pregunta5. ¿Cuántos kilogramos de banana consume diariamente?

Descripción	Frecuencia	%
0,1 kg - 0,3 kg	59	30
0,3 kg - 0,5 kg	78	40
0,5 kg - a 0,8 kg	59	30
Total	196	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

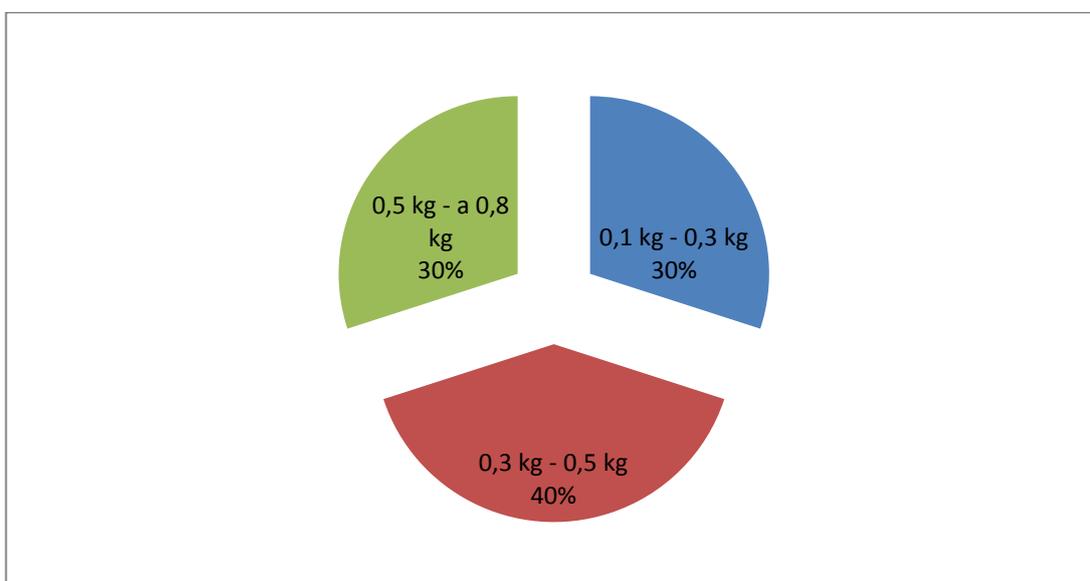


GRÁFICO 6. Consumo de banano a nivel mundial.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia que el 30% de los encuestados consume banano en un promedio de 2 kg diarios, un 40% 4 kg, y un 30% un consumo de 6.5kg.

Interpretación: Podemos visualizar un consumo de 431 kg diarios.

Cuadro6. Pregunta6. ¿En qué lugar regularmente consume bananas?

Descripción	Frecuencia	%
Minimarket	78	57
Supermercados	59	43
Otros	59	43
Total	137	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

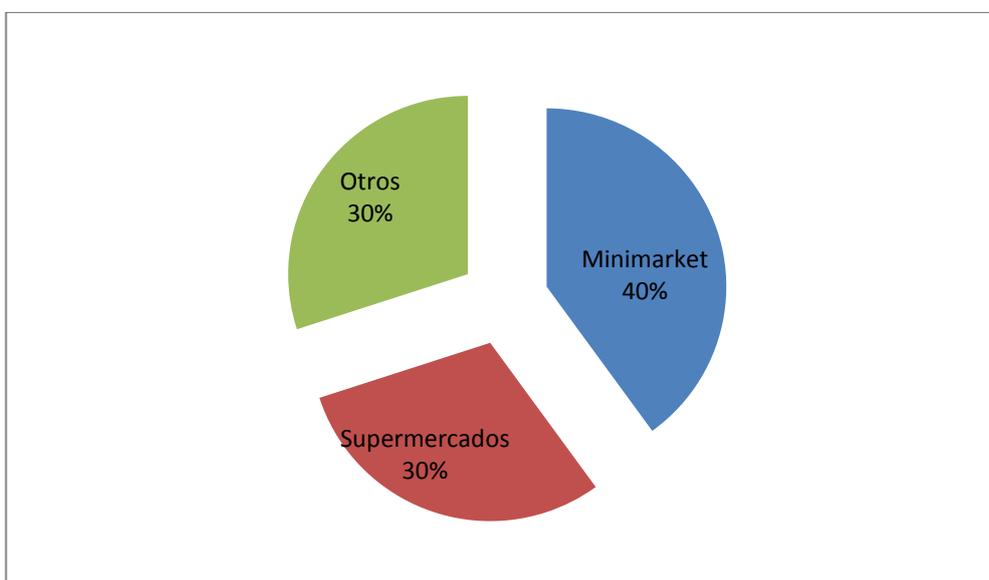


GRÁFICO 7. Lugar de consumo de banano a nivel mundial.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia que el 40% de los encuestados consume banano en minimarket, el 30% en supermercados.

Interpretación: Podemos visualizar que el lugar donde se consume mayormente el banano son los minimarket.

Cuadro7. Pregunta7. ¿Cuánto paga regularmente el kilogramo de banana?

Descripción	Frecuencia	%
USD 6 - USD 8	98	50
USD 8 - USD 10	98	50
Total	196	100

Fuente: Investigación.

Elaboración: Autora.

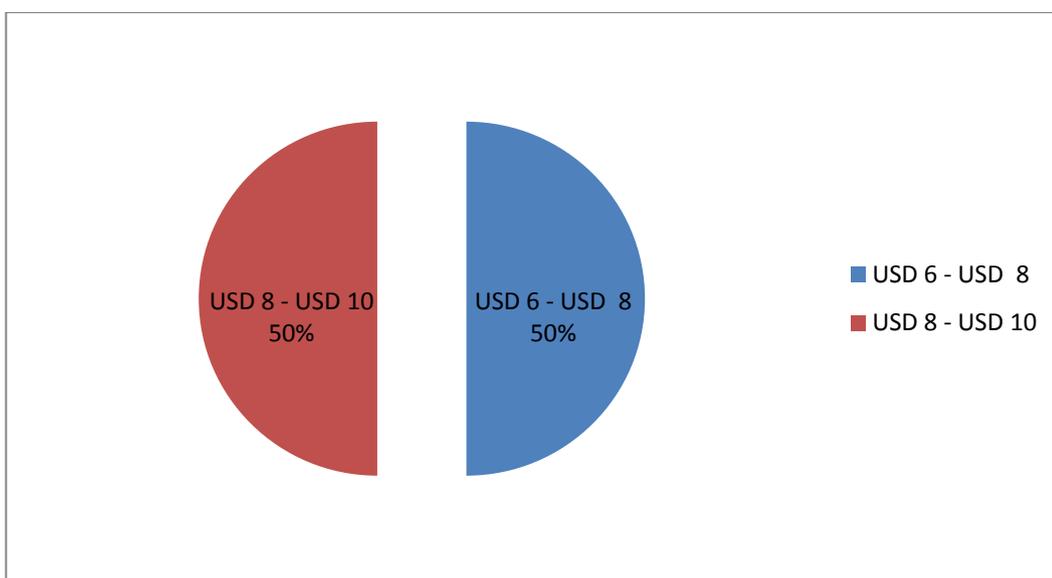


GRÁFICO 8. Precio de banano a nivel mundial.

Elaborado: Autora.

Análisis: Se aprecia que el 50% de los encuestados consume banano orgánico a un valor de 7,00 dólares y un 50% restante a 9,00 dólares por kg.

Interpretación: Podemos visualizar que el lugar donde se consume mayormente el banano son los minimarket.

4.1.1.1.1. Análisis de la oferta:

El banano orgánico es producido por pequeños agricultores. Su mercado muestra crecimiento, en los últimos 4 años la tasa promedio ha ido en aumento. En el 2002 las exportaciones de banano orgánico fueron de 141,500tm, representando el 1.16% de las exportaciones totales.

En el siguiente cuadro vemos los países la oferta de banano a nivel mundial.

Cuadro 8. Oferta de banano orgánico.

Exportadores	valor exportada en 2006	valor exportada en 2007	valor exportada en 2008	valor exportada en 2009	valor exportada en 2010	Total exportado 2006-2010
Bélgica	1,131.26	1,322.33	1,540.80	1,389.03	1,286.11	6669.526
Ecuador	1,213.58	1,302.74	1,639.70	1,995.21	-	6151.227
Colombia	525.458	569.624	654.354	837.042	748.1	3334.578
Costa Rica	645.152	688.597	711.664	448.15	694.085	3187.648
Alemania	406.015	454.107	531.223	440.711	381.987	2214.043
Indonesia	1.408	856	989	200	-	2046.408
Etiopía	108	432	305	470	711	2026
Georgia	410	789	1.66	54	641	1895.66
Jordania	145	180	613	135	736	1809
Paraguay	753	890	1.759	1.188	1.844	1647.791

Fuente: Mapa viajero.

Elaborado por: La autora.

Aunque existe muy poca información sobre los exportadores de banano orgánico desde Ecuador pero contamos con dos empresas de las que pudimos obtener un poco de información. Para así poder conocer cuáles son nuestros competidores directos.

Entre ellos están Organic Ecuador, el cual exporta banano orgánico a Japón, Europa y Estados Unidos. La cual cuenta con certificación FairTrade el cual se trata de un sistema de certificación para productos que cumplen con estándares medioambientales, laborales y de desarrollo establecidos por la FLO Internacional y Equicosta el cual exporta banano orgánico y también cuenta con la certificación FairTrade.

4.1.1.1.2. Proyección de la oferta:

Cuadro 9. Proyección de la oferta bajo el método del incremento porcentual.

Años	Oferta	Y1 - (Yn -1)	(Y1 - (Yn -1))/Yn-1
2006	5338,873		
2007	7484,398	2145,525	0,401868522
2008	6988,16	-496,238	-0,066302995
2009	5970,331	-1017,829	-0,1456505
2010	5200,016	-770,315	-0,129023835
TOTAL			0,060891192

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Cuadro 10. Proyección de la oferta 2011-2015

Años	Oferta
2011	5516,65
2012	5852,57
2013	6208,94
2014	6587,01
2015	6988,10
TOTAL	31153,26

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

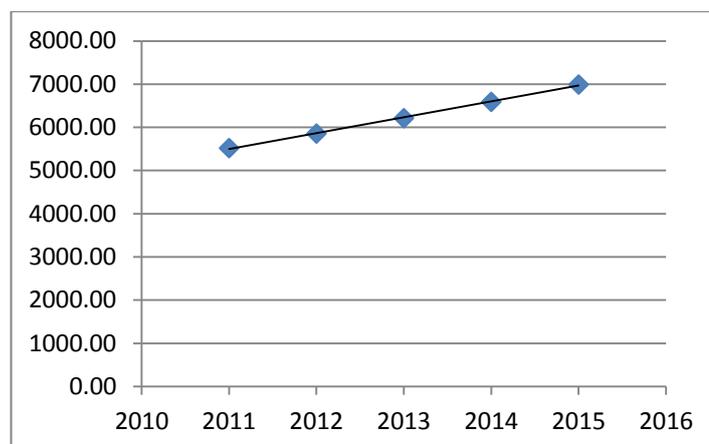


Gráfico 9:Proyección de la oferta 2010-2015

4.1.1.1.3. Análisis de la demanda:

En Alemania, la demanda de productos orgánicos es mucho mayor que su producción. Las frutas orgánicas más importantes comercializadas en Alemania son los bananos, con un volumen de mercado de aproximadamente 10 000 toneladas. En los últimos años, la demanda de productos orgánicos ha sido impulsada principalmente por la creciente preocupación por problemas de salud de la población de países desarrollados.

Cuadro 11. Demanda de banano orgánico.

Importadores	valor importada en 2006	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009	valor importada en 2010	Total importado 2006-2010
Estados Unidos de América	1,471.34	1,525.39	1,685.38	1,898.52	2,126.11	8706.73
Bélgica	1,319.78	1,494.40	1,946.32	1,623.74	1,573.33	7957.567
Alemania	871.664	1,034.24	1,095.05	1,024.54	877.796	4903.288
Japón	564.562	584.475	825.843	1,012.70	839.985	3827.569
Reino Unido	607.659	729.159	724.967	734.032	756.791	3552.608
Australia	628	770	701	506	749	3354
Maldivas	503	761	842	893	-	2999
Italia	416.4	481.193	567.266	559.13	499.206	2523.195
Federación de Rusia	481.237	584.671	670.499	630.447	-	2366.854
Bermudas	3.321	670	844	788	-	2305.321

Fuente: Mapa viajero.

Elaborado por: La autora.

4.1.1.1.4. Proyección de la demanda:

Cuadro 12. Proyección de la demanda bajo el método del incremento porcentual.

Años	Demanda	Y1 - (Yn -1)	(Y1 - (Yn -1))/Yn-1
2006	6866,963		
2007	8634,528	1767,565	0,25740127
2008	9902,325	1267,797	0,146828755
2009	9670,109	-232,216	-0,023450654
2010	7152,218	-2517,891	-0,260378761
TOTAL			0,120400611

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Cuadro 13. Proyección de la demanda 2011-2015

Años	Demanda
2011	8013,35
2012	8978,16
2013	10059,14
2014	11270,26
2015	12627,21
TOTAL	50948,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

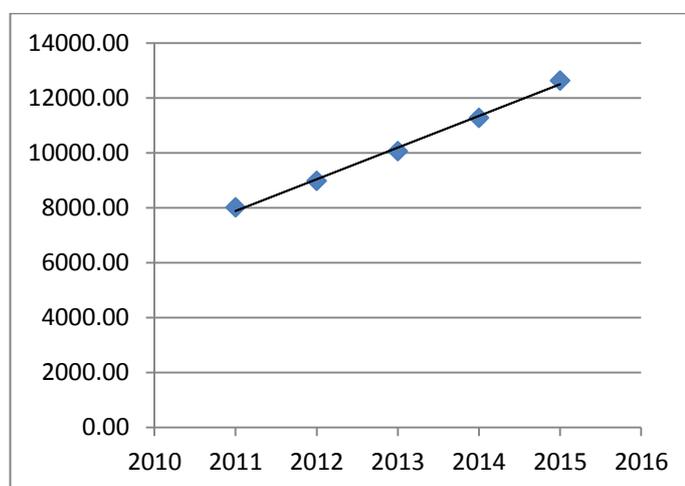


Gráfico 10: Proyección de la demanda 2010-2015

Elaborado por: La autora

4.1.1.1.5. Demanda Insatisfecha:

Cuadro 14. Proyección de la demanda 2011-2015

Valores ('000 toneladas)

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	8013,35	5516,65	2496,70
2012	8978,16	5852,57	3125,59
2013	10059,14	6208,94	3850,20
2014	11270,26	6587,01	4683,26
2015	25254,42	6988,10	18266,32

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

4.1.1.2. Estudio técnico

4.1.1.2.1. Tamaño:

En la siguiente investigación se hizo el análisis para la producción y comercialización de banano orgánico en un área de 200 hectáreas, donde 190 hectáreas serán dedicadas al sembrío de banano y el resto es el espacio destinado a bodegas y a la empacadora.

El volumen de producción será de 1.260 cajas por hectárea anuales lo que equivale a 22,86 toneladas por hectárea por año o 4.342,72 toneladas anuales por las 190 hectáreas de cultivo, lo que se traduce a una producción promedio de 1.260 cajas por hectárea. En la primera cosecha, el racimo llenará una caja y el 90%. Y ésta a su vez tendrá un incremento del 20% anual.

4.1.1.2.2. Localización:

El proyecto se realizará en la hacienda Maravilla de la ciudad de Valencia.

Características del lugar:

Provincia de Los Ríos, del Ecuador, localizado en la región litoral del país, entre las coordenadas 0°57'9" de latitud sur y 79°20'54" de longitud oeste, segundo en extensión, con 987.00 Km²

Condiciones de suelo:

Franco arenoso, franco arcilloso, franco arcillo limoso y franco limoso; además posee un buen drenaje interno y alta fertilidad, su profundidad es de 1,2 a 1,5 metros. La temperatura de la zona varía entre 18,5°C y 35,5°C y posee una precipitación de 1.500 milímetros por año.

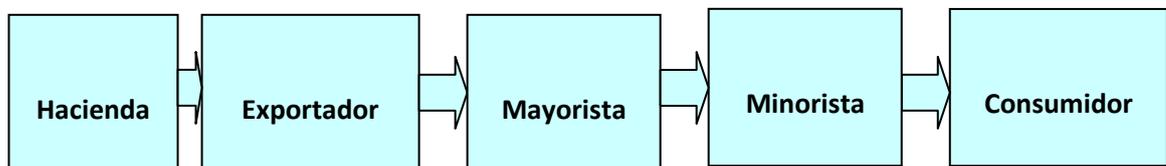
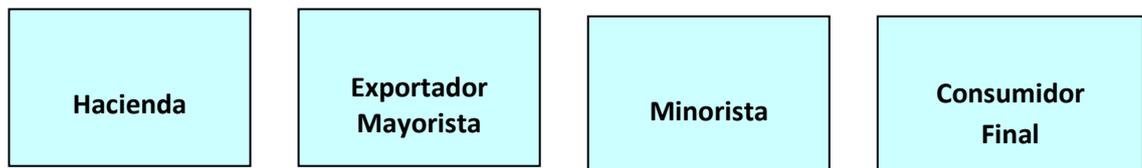
4.1.1.2.3. Canales:

Figura 1. Canales de distribución.

Indirecta Mayorista.



Indirecta Detallista.



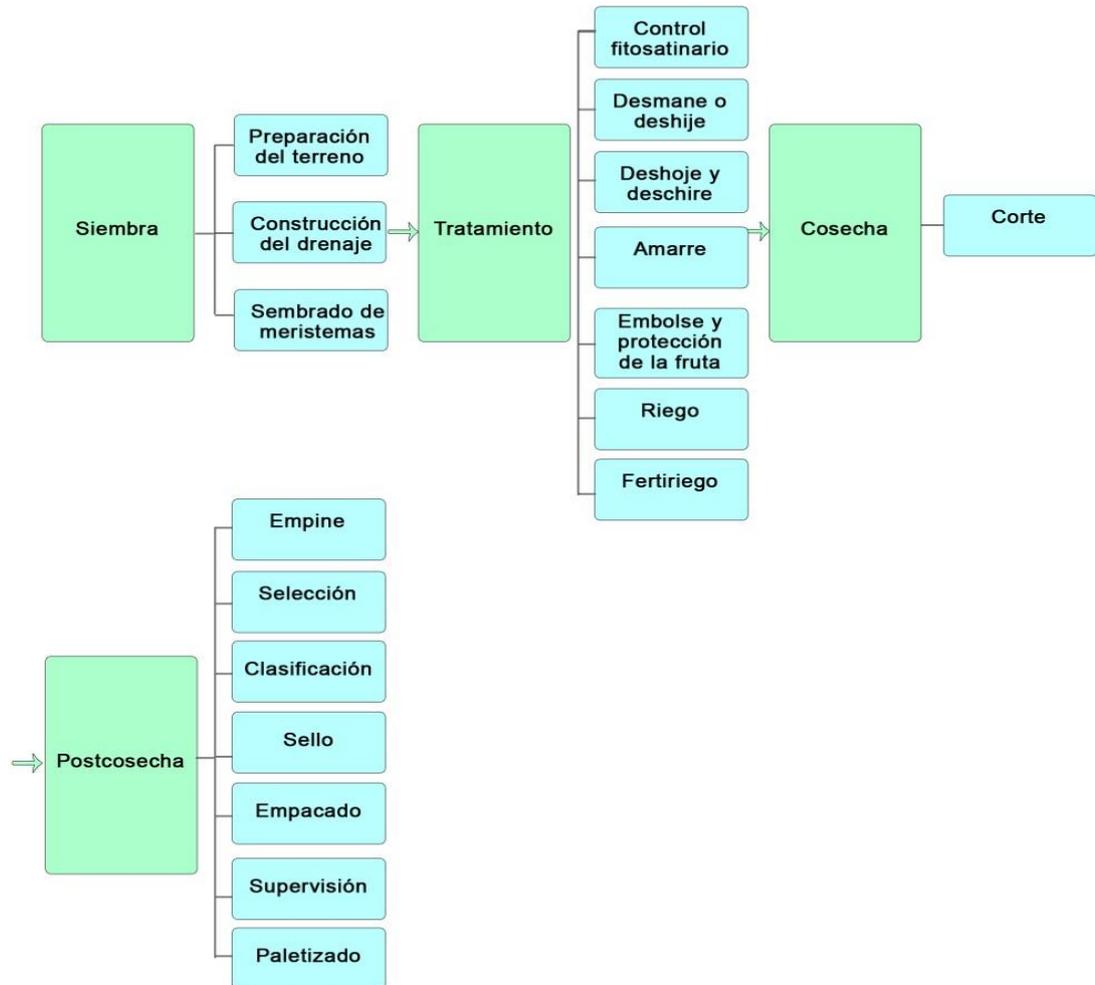
Fuente: Observación directa del investigador.

Elaboración: La autora.

- Indirecta Mayorista: Hacienda– Mercados, Tiendas, Supermercados – Consumidor final.
- Indirecta Detallista: Hacienda – Mayorista – Minorista – Consumidor final.
- Indirecta Detallista: Hacienda– Exportador – Mayorista – Minorista – Consumidor final.

4.1.1.2.4. Proceso de producción:

Figura 2. Proceso de producción.



Fuente: Observación directa del investigador.

Elaboración: La autora.

4.1.1.2.5. Estrategia de comercio exterior:

Comercio Electrónico: Es la utilización de redes de computadores, principalmente a través de Internet, para comprar y vender productos, servicios e información.

El comercio electrónico:

- a) Reduce los costes, mejorando la comunicación y diseminando la información valiosa económicamente.
- b) Aumenta la eficacia económica, uniendo al comprador y al vendedor.
- c) Reduce las barreras de entrada.
- d) Reduce las restricciones temporales de las transacciones.
- e) La tecnología cuesta dinero y el personal especializado en este campo resulta caro y es difícil de encontrar.

Las ventajas del comercio electrónico son:

- a) El coste de la información es más bajo y ha mejorado.
- b) Los costes de entrada son más bajos.
- c) Disminuye el coste de la información en formato papel.
- d) Reduce el coste de la comunicación.
- e) Proporciona una comunicación más completa en comparación con los medios tradicionales.
- f) Entrega más rápida de los productos digitalizados.
- g) Aumenta la flexibilidad de la ubicación.

Comercio a través de Internet: Consiste en la compra o el pedido realizado a través de Internet o mediante los catálogos on – line de los proveedores.

Catálogos on-line: Se describen los siguientes:

- a) Información sobre los productos disponible en formato electrónico a través de Internet.
- b) Suelen incorporar sonidos e imágenes”. (Tomado de las diapositivas de JayHeizer y Barry Render acerca de la Dirección de la Producción).

Diseño Página Web. – La Página Web es el medio publicitario que utilizará la empresa para comunicarse con el cliente.

Una página Web puede ser elaborada en distintos programas, en este estudio se evaluarán solo dos alternativas que son: Front Page y Bloc de Notas.

La principal herramienta para el diseño de una página web, va a ser el programa con el que vas crear el código HTML. Si tienes una sólida base de conocimientos del lenguaje HTML bastará con un simple editor de texto como puede ser el Bloc de Notas de Windows. Pero si por comodidad prefieres hacer la web de una forma más visual y cómoda, tendrás que utilizar un editor de HTML como el Front Page de Microsoft cuya interfaz es muy intuitiva y su uso es muy sencillo. Para poder publicar una página web, deberás disponer de un programa que se conecte mediante FTP al servidor. Gran parte de estos programas pueden ser encontrados en la red de forma freeware o shareware, en este caso se utilizará el Cute FTP.

Una vez que se disponga de las herramientas necesarias, inicia la construcción de la página web para su posterior publicación en Internet. Para poder publicar la página web en Internet, debe guardársela en un servidor, que es una máquina que almacena (hospeda) páginas web permitiendo que se pueda acceder a ellas desde Internet, para contar con un servicio de calidad y robustez dependiendo del servicio contratado.

El listado de proveedores de espacio web de pago es el siguiente:

www.evidaliahost.com www.dinahosting.com www.zilos.com

www.acens.com www.arsys.com

Cuadro 15. Costos por concepto del diseño de la página web.

Descripción	Costo anual
Costo de Inscripción	\$90,00
Mensualidades (\$17,58 c/mes)	\$211,00
Pago al diseñador	\$150,00
Total	\$451,00

Fuente: www.zilos.com

Elaboración: La autora.

El sitio Web contará de las siguientes páginas.

1. **Principal**, cuyo contenido hace referencia a la historia de la empresa, quien es la organización, su actividad, su misión y visión.
2. **Productos**, presenta la gama de productos que ofrece la empresa a su distinguida clientela, en lo relacionado a banano orgánico.
3. **Proveedores**, presenta los principales proveedores de la organización.
4. **Distribución**, indica los puntos de distribución de la empresa a nivel internacional, y su ubicación en la el país de origen.
5. **Buscar**, en esta página se presenta un casillero que hace referencia a la búsqueda de palabras claves o de información específica acerca de la empresa.

6. **Discusiones**, esta página es interactiva, en ella se puede sostener diálogo con los clientes actuales y potenciales sobre la actividad de la empresa, y acerca de sus sugerencias y expectativas en los productos y servicios.
7. **Info. de contacto**, presenta la dirección de la empresa y los teléfonos, es decir, la forma de que el cliente puede comunicarse con la empresa, incluyendo el correo electrónico y la página web.

Para ver la información que contiene cada página Web diseñada, debe pulsar el botón, que hace referencia a dicha página.

Cuadro 16. Estructura del sitio web.

Página (Botón)	Contenido
Principal	Historia, actividad, misión, visión de la empresa
Productos	Gama de productos.
Proveedores	Principales proveedores de la empresa
Distribución	Localización de puntos de distribución internacional, incluyendo su ubicación en el país de origen
Buscar	Ficha para buscar información sobre la empresa
Discusiones	Diálogo interactivo con los clientes
Info. de contacto	Dirección, teléfono y correo electrónico de la empresa

Fuente: Diseño de página web.

Elaboración: La autora.

4.1.1.2.5. Entrevista:

Se realizó la entrevista a los administradores de la Hacienda Maravilla del cantón Valencia, para determinar producción, financiamiento, capacidad, tecnología que posee la hacienda.

ENTREVISTA DIRIGIDA A ADMINISTRADORES DE LA HACIENDA MARAVILLA.

1) ¿Con qué elementos se cuenta para producir banano orgánico en la hacienda Maravilla?

a) Actualmente contamos con socios inversores para alcanzar el 70% de inversión propia. La hacienda cuenta con un total de 200 has de las cuales 190 es terreno dedicado a la producción. Hoy en día se produce banano de tipo convencional en un total de 20 has.

b) Nos encontramos en la búsqueda de ampliar nuestra capacidad productiva, realizando una inversión íntegra de banano orgánico.

c) El financiamiento del 30% se lo está tramitando a través del banco del fomento con una tasa de 11.85%

2) ¿Cuál es el promedio de producción de cajas mensuales de banano?

a) Bueno actualmente producimos 24 cajas semanalmente de (22XU), lo que daría un total de 1260 cajas anuales por hectárea.

b) El peso de la caja es de 18,14 kg.

- c) La producción de banano tiene un crecimiento aproximado del 20% anual.

3) ¿Cuáles son los países de mayor demanda de banano?

- a) Los países que demandan mayor cantidad son Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Japón.
- b) Estados Unidos, Alemania y Japón.
- c) Estados Unidos, Bélgica y Japón.

4) ¿Incidirán de manera positiva en las economías locales, las exportaciones de Banano orgánico?

- a) Yo considero que incidirá positivamente, ya que en esta provincia es muy productiva en el ámbito de la agricultura.
- b) La economía local se vería beneficiada positivamente, puesto que al exportar banano se estaría impulsando a este sector del país que se dedica a la producción de banano orgánico.
- c) Definitivamente sí, el banano orgánico tiene un alto costo de producción, pero su demanda es muy alta también.

4.1.1.3. Estudio económico.

La inversión total está clasificada en inversión fija y el capital de operación anual.

4.1.1.3.1. Inversión fija.

Cuadro 17. Inversión Fija.

Descripción	Valor Total
Activos fijos	\$ 748.172,00
Activos intangibles	\$ 18.132,20
Totales	\$ 766.304,20

Fuente: Cuentas de la inversión fija.

Elaboración: Autora.

El monto de la inversión fija asciende a la suma de **\$766.304,20** cuya clasificación es de activos fijos tangibles y activos intangibles.

Cuadro 18. Activos fijos tangibles.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorios	10	\$ 150,00	\$ 1.500,00
Sillas de Escritorio	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Sofá	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Archivadores	10	\$ 100,00	\$ 1.000,00
Teléfonos	4	\$ 38,00	\$ 152,00
Fax	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Impresora Triple Multifunción	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Impresoras Básicas	5	\$ 90,00	\$ 450,00
Computadoras	10	\$ 350,00	\$ 3.500,00
Suministros de Oficina	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Suministros de Limpieza	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Tractor Agrícola	4	\$ 60.000,00	\$ 240.000,00
Camionetas	8	\$ 28.000,00	\$ 224.000,00
Camiones	5	\$ 55.000,00	\$ 275.000,00
TOTAL			\$ 748.172,00

Fuente: Activo tangible.

Elaboración: Autora.

Cuadro 19. Activos fijos intangibles.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Software (Licencia para Windows, Office)	10	\$ 200,00	\$ 2.000,00
Inscripción de página web y diseñador	1	\$ 451,00	\$ 451,00
Gastos de constitución de la sociedad	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Registro sanitario y tasa de mantenimiento	1	\$ 281,20	\$ 281,20
G. Puesta en marcha (5% costo maquinaria)	1	5%	\$ 12.000,00
Costo estudio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Gastos de investigación	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total otros activos			\$ 18.132,20

Fuente: Activo intangible

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2. Capital de operación

El capital de operación agrupa todos los costos percederos, es decir, los gastos que deben desembolsarse semanalmente, mensualmente, trimestralmente, o sea, en periodos menores a 1 año, sin que requieran ser depreciados, entre ellos se citan, los materiales directos, la mano de obra directa, la carga fabril, los gastos administrativos y de ventas.

Cuadro 20. Costos de operación anual. Volumen de producción anual de 1620 cajas de banano orgánico.

Descripción	Valor total	%
Materiales directos	\$ 534.052,00	44%
Mano de obra directa	\$ 445.032,63	37%
Carga fabril	\$ 142.953,75	12%
Gastos administrativos	\$ 86.455,74	7%
Costos de ventas	\$ 5.577,81	0%
Totales	\$ 1.214.071,93	100%

Fuente: Rubros del capital de operación.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2.1. Materiales directos.

Entre los materiales directos se citan los siguientes:

Cuadro 21. Costos de Producción 190 has.

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	ANUAL
Plateo	Ha/año	\$ 38,00	\$ 7.220,00
Deshoje y Protección de fruta	Ha/año	\$ 53,26	\$ 10.119,40
Deshernane	Ha/año	\$ 47,27	\$ 8.981,30
Fertilización Foliar	Ha/año	\$ 24,31	\$ 4.618,90
Fertilizante Roca Fosfórica, Sulphomaq, Potasio	Ha/año	\$ 57,00	\$ 10.830,00
Aplicación Fertilizantes	Ha/año	\$ 13,23	\$ 2.513,70
Fertilizante Compost	Ha/año	\$ 1,36	\$ 258,40
Aplicación de Compost	Ha/año	\$ 25,72	\$ 4.886,80
Riego y Bombeo	Ha/año	\$ 508,30	\$ 96.577,00
Control Maleza y Guadaña	Ha/año	\$ 423,00	\$ 80.370,00
Deshije	Ha/año	\$ 87,52	\$ 16.628,80
Amarre y reamarre	Ha/año	\$ 166,94	\$ 31.718,60
Embalse y Desflore	Ha/año	\$ 244,89	\$ 46.529,10
TOTAL			\$ 321.252,00

Cuadro 22. Materia prima, costos de Producción 190 has.

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	ANUAL
Meristemas	Unidad	\$ 0,80	\$ 212.800,00
TOTAL			\$ 212.800,00

Fuente: Materiales directos y materia prima.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2.2. Mano de obra directa.

Está representado por los sueldos del recurso humano que trabajará directamente en la producción de banano orgánico.

Cuadro 23. Mano de obra directa.

Cargo	Cantidad	Tiempo	Remuneración	Décimo cuarto	Décimo tercero	Beneficio Mensual	Aporte Patronal IESS	Gasto Mensual	Gasto Anual
Personal para mantenimiento de bananera	86	Mensual	340	28,33	28,33	396,67	37,09	37086,05	445.032,63
Totales			340	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 396,67	\$ 37,09	\$ 37.086,05	\$ 445.032,63

Fuente: Mano de obra directa.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2.3. Carga fabril.

Cuadro 24. Carga fabril.

Descripción	Valor total
Materiales indirectos	\$ 88.578,00
Depreciación	\$ 45.699,86
Reparación y mantenimiento	\$ 5.299,66
Seguros	\$ 1.437,29
Suministros	\$ 1.938,94
Totales	\$ 142.953,75

Fuente: Carga fabril.

Elaboración: Autora.

Cuadro 25. Material indirecto.

Material Indirecto	Unidad	Cantidad Unidades	Costo Unitario	Valor Anual
Cartones de empaque Caja 22XU	Unidad	239400	\$ 0,35	\$ 83.790,00
Etiquetas	Unidad	239.400,00	\$ 0,02	\$ 4.788,00
Total				\$ 88.578,00

Fuente: Material indirecto.

Elaboración: Autora.

Cuadro 26. Material indirecto (aumento anual de producción 20%).

1	2	3	4	5
\$ 88.578,00	\$ 106.293,60	\$ 127.552,32	\$ 153.062,78	\$ 183.675,34
Incremento 20%	\$ 17.715,60	\$ 21.258,72	\$ 25.510,46	\$ 30.612,56

Fuente: Material indirecto.

Elaboración: Autora.

Cuadro 27. Depreciación.

Activos	Costos	V. Util	Valor Residual	Depreciación Anual	%	Reparación Mantenimiento	Seguros
Maquinarias	\$ 240.000,00	10	\$ 24.000,00	\$ 21.600,00	9%	\$ 2.299,66	\$ 1.437,29
Vehículo	\$ 499.000,00	20	\$ 24.950,00	\$ 23.702,50	5%	\$ 3.000,00	
P. en marcha y otros activos	\$ 2.483,49	5	\$ 496,70	\$ 397,36			
Total				\$ 45.699,86		\$ 5.299,66	\$ 1.437,29

Fuente: Depreciación.

Elaboración: Autora.

Cuadro 28. Suministros.

Denominación	Valor Total
Suministros de producción	\$ 643,28
Otros Suministros	\$ 588,58
Total	1938,94

Fuente: Suministros.

Elaboración: Autora.

Cuadro 29. Suministros de producción.

Suministros		Unidad	Costo Unitarios	Valor Anual
Energía Eléctrica	2.400	Kw - Hr	\$ 0,16	\$ 384,00
Teléfono	12	mes	\$ 6,94	\$ 83,28
Agua	800	m ³	\$ 0,22	\$ 176,00
Total				\$ 643,28

Fuente: Suministros.

Elaboración: Autora.

Cuadro 30. Otros suministros.

Suministros	Cantidad	Unidad	Costo	Valor
Instrumentos de control de calidad	1	Unidad	\$ 215,00	\$ 215,00
Regulador de cilindro y manguera	1	Unidad	\$ 28,00	\$ 28,00
Lima de afilar	1	Unidad	\$ 22,14	\$ 22,14
Poma de agua con liquido	4	Unidad	\$ 6,50	\$ 26,00
Guantes quirúrgicos de vinil	3	paquete	\$ 8,89	\$ 26,67
Mascarillas desechables	3	paquete	\$ 5,00	\$ 15,00
Delantal plástico color amarillo	5	Unidad	\$ 6,50	\$ 19,50
Botas de caucho color amarillas	5	Pares	\$ 20,96	\$ 41,92
Botiquín y remedios	1	Unidad	\$ 32,53	\$ 32,53
Extintores PQS 10 lbs	2	Unidad	\$ 30,00	\$ 90,00
Cajetín para extintores	1	Unidad	\$ 35,00	\$ 35,00
Lámpara de emergencia	1	Unidad	\$ 22,00	\$ 22,00
Trapeadores	2	Unidad	\$ 5,00	\$ 10,00
Escoba plástica para baldosa	2	Unidad	\$ 2,41	\$ 4,82
Total				588,58

Fuente: Suministros.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2.4. Gastos administrativos.

Se refieren a los rubros de sueldos del personal administrativo y los gastos generales.

Cuadro 31. Gastos administrativos.

Descripción	Valor total
Gastos generales	\$ 1.404,40
Sueldos y salarios	\$ 85.051,34
Totales	\$ 86.455,74

Fuente: Gastos administrativos.

Elaboración: Autora.

Cuadro 31. Sueldos y salarios.

Cargo	Cant.	Tiempo	Remuneración	Décimo cuarto	Décimo tercero	Beneficio Mensual	Aporte Patronal IESS	Gasto Mensual	Gasto Anual
Gerente General	1	Mensual	650,00	26,50	54,17	730,67	68,32	798,98	9587,81
Secretaria	1	Mensual	360,00	26,50	30,00	416,50	38,94	455,44	5465,31
Supervisor de Producción y calidad	1	Mensual	550,00	26,50	45,83	622,33	58,19	680,52	8166,26
Contador	1	Mensual	550,00	26,50	45,83	622,33	58,19	680,52	8166,26
Jefe de Recursos Humanos	1	Mensual	550,00	26,50	45,83	622,33	58,19	680,52	8166,26
Supervisor de Mantenimiento	1	Mensual	400,00	26,50	33,33	459,83	42,99	502,83	6033,93
Bodeguero	1	Mensual	400,00	26,50	33,33	459,83	42,99	502,83	6033,93
Jefe de Comercialización y Comercio Exterior	1	Mensual	550,00	26,50	45,83	622,33	58,19	680,52	8166,26
Chofer	5	Mensual	331,00	26,50	27,58	385,08	36,01	2105,44	25265,32
TOTAL	13		\$ 4.341,00	\$ 238,50	\$ 361,75	\$ 4.941,25	\$ 462,01	\$ 7.087,61	\$ 85.051,34

Fuente: Sueldos y salarios.

Elaboración: Autora.

Cuadro 32. Gastos generales.

Activos	Costos	V. Útil	Valor	Valor a	Depreciación
		Años	Residual	Depreciar	Anual
Depreciación Muebles Oficina	3.340	5	668,00	2.672,00	534,40
Constitución de la sociedad	3.000	10	300,00	2.700,00	270,00
Sum. de oficina	600				600,00
Total					1404,4

Fuente: Gastos generales.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.2.5. Gastos de venta.

Sueldos al personal de ventas. – Se refieren a las remuneraciones que percibirá el personal del área de Ventas, es decir, el vendedor de la empresa. En el siguiente cuadro se presenta el detalle de dichos costos.

Cuadro 33. Gastos de ventas.

Descripción	Salario Básico Un.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	IESS
Ejecutivo de Ventas	\$ 340,00	\$ 34,00	\$ 30,69	\$ 28,33	\$ 31,79

Concepto	Pago por Colaborador	Cantidad Vendedores	Valor Mensual	Valor Anual
Ejecutivo de Ventas	\$ 464,82	1	\$ 464,82	\$ 5.577,81
Total				\$ 5.577,81

Fuente: Gastos de ventas.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.3. Inversión total

Cuadro 34. Inversión total.

Descripción	Valor Total	%
Inversión fija	\$ 766.304,20	39%
Capital de operaciones	\$ 1.214.071,93	61%
Totales	\$ 1.980.376,13	100%
Capital propio	\$ 1.386.263,29	
Financiamiento	\$ 594.112,84	(30% IF)

Fuente: Capital de operación e Inversión fija.

Elaboración: Autora.

La cuenta contable de la inversión total asciende al monto de \$ **1.980.376,13**, de los cuales el 39% corresponde a la inversión fija y el 61% al rubro capital de operación.

4.1.1.3.3.1. Financiamiento

- Crédito requerido C = \$ 594.112,84
- Interés anual = 11,85%
- Plazo de pagos = 5 años
- n = 60 pagos

Cuadro 35. Amortización del crédito financiado.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Financiamiento		\$ 594.112,84			
Tasa de interés anual		11,85%			
Plazo:	5 años			60	meses
Capital:	72 meses de amortización			1	periodo pago
Cuotas:	Pagos Fijos				
Numero de cuota	Fecha	Dividendo	Capital	Interés	Saldo
					\$ 594.112,84
1	01-jun-14	\$ 13.170,72	\$ 7.303,86	\$ 5.866,86	\$ 586.808,98
2	01-jul-14	\$ 13.170,72	\$ 7.375,98	\$ 5.794,74	\$ 579.433,00
3	01-ago-14	\$ 13.170,72	\$ 7.448,82	\$ 5.721,90	\$ 571.984,18
4	01-sep-14	\$ 13.170,72	\$ 7.522,38	\$ 5.648,34	\$ 564.461,80
5	01-oct-14	\$ 13.170,72	\$ 7.596,66	\$ 5.574,06	\$ 556.865,13
6	01-nov-14	\$ 13.170,72	\$ 7.671,68	\$ 5.499,04	\$ 549.193,46
7	01-dic-14	\$ 13.170,72	\$ 7.747,44	\$ 5.423,29	\$ 541.446,02
8	01-ene-15	\$ 13.170,72	\$ 7.823,94	\$ 5.346,78	\$ 533.622,08
9	01-feb-15	\$ 13.170,72	\$ 7.901,20	\$ 5.269,52	\$ 525.720,87
10	01-mar-15	\$ 13.170,72	\$ 7.979,23	\$ 5.191,49	\$ 517.741,64
11	01-abr-15	\$ 13.170,72	\$ 8.058,02	\$ 5.112,70	\$ 509.683,62
12	01-may-15	\$ 13.170,72	\$ 8.137,60	\$ 5.033,13	\$ 501.546,02
13	01-jun-15	\$ 13.170,72	\$ 8.217,96	\$ 4.952,77	\$ 493.328,07
14	01-jul-15	\$ 13.170,72	\$ 8.299,11	\$ 4.871,61	\$ 485.028,96
15	01-ago-15	\$ 13.170,72	\$ 8.381,06	\$ 4.789,66	\$ 476.647,90
16	01-sep-15	\$ 13.170,72	\$ 8.463,82	\$ 4.706,90	\$ 468.184,07
17	01-oct-15	\$ 13.170,72	\$ 8.547,40	\$ 4.623,32	\$ 459.636,67
18	01-nov-15	\$ 13.170,72	\$ 8.631,81	\$ 4.538,91	\$ 451.004,86
19	01-dic-15	\$ 13.170,72	\$ 8.717,05	\$ 4.453,67	\$ 442.287,81
20	01-ene-16	\$ 13.170,72	\$ 8.803,13	\$ 4.367,59	\$ 433.484,68
21	01-feb-16	\$ 13.170,72	\$ 8.890,06	\$ 4.280,66	\$ 424.594,62
22	01-mar-16	\$ 13.170,72	\$ 8.977,85	\$ 4.192,87	\$ 415.616,77
23	01-abr-16	\$ 13.170,72	\$ 9.066,51	\$ 4.104,22	\$ 406.550,26
24	01-may-16	\$ 13.170,72	\$ 9.156,04	\$ 4.014,68	\$ 397.394,22
25	01-jun-16	\$ 13.170,72	\$ 9.246,45	\$ 3.924,27	\$ 388.147,77
26	01-jul-16	\$ 13.170,72	\$ 9.337,76	\$ 3.832,96	\$ 378.810,00
27	01-ago-16	\$ 13.170,72	\$ 9.429,97	\$ 3.740,75	\$ 369.380,03
28	01-sep-16	\$ 13.170,72	\$ 9.523,09	\$ 3.647,63	\$ 359.856,94
29	01-oct-16	\$ 13.170,72	\$ 9.617,14	\$ 3.553,59	\$ 350.239,80
30	01-nov-16	\$ 13.170,72	\$ 9.712,10	\$ 3.458,62	\$ 340.527,70
31	01-dic-16	\$ 13.170,72	\$ 9.808,01	\$ 3.362,71	\$ 330.719,68
32	01-ene-17	\$ 13.170,72	\$ 9.904,87	\$ 3.265,86	\$ 320.814,82
33	01-feb-17	\$ 13.170,72	\$ 10.002,68	\$ 3.168,05	\$ 310.812,14
34	01-mar-17	\$ 13.170,72	\$ 10.101,45	\$ 3.069,27	\$ 300.710,69
35	01-abr-17	\$ 13.170,72	\$ 10.201,20	\$ 2.969,52	\$ 290.509,49

36	01-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.301,94	\$ 2.868,78	\$ 280.207,54
37	02-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.403,67	\$ 2.767,05	\$ 269.803,87
38	03-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.506,41	\$ 2.664,31	\$ 259.297,46
39	04-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.610,16	\$ 2.560,56	\$ 248.687,30
40	05-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.714,94	\$ 2.455,79	\$ 237.972,37
41	06-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.820,75	\$ 2.349,98	\$ 227.151,62
42	07-may-17	\$ 13.170,72	\$ 10.927,60	\$ 2.243,12	\$ 216.224,02
43	08-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.035,51	\$ 2.135,21	\$ 205.188,51
44	09-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.144,49	\$ 2.026,24	\$ 194.044,03
45	10-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.254,54	\$ 1.916,18	\$ 182.789,49
46	11-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.365,68	\$ 1.805,05	\$ 171.423,81
47	12-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.477,91	\$ 1.692,81	\$ 159.945,90
48	13-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.591,26	\$ 1.579,47	\$ 148.354,64
49	14-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.705,72	\$ 1.465,00	\$ 136.648,92
50	15-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.821,31	\$ 1.349,41	\$ 124.827,61
51	16-may-17	\$ 13.170,72	\$ 11.938,05	\$ 1.232,67	\$ 112.889,56
52	17-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.055,94	\$ 1.114,78	\$ 100.833,62
53	18-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.174,99	\$ 995,73	\$ 88.658,63
54	19-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.295,22	\$ 875,50	\$ 76.363,41
55	20-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.416,63	\$ 754,09	\$ 63.946,78
56	21-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.539,25	\$ 631,47	\$ 51.407,53
57	22-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.663,07	\$ 507,65	\$ 38.744,46
58	23-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.788,12	\$ 382,60	\$ 25.956,34
59	24-may-17	\$ 13.170,72	\$ 12.914,40	\$ 256,32	\$ 13.041,93
60	25-may-17	\$ 13.170,72	\$ 13.041,93	\$ 128,79	\$ -
TOTAL \$		\$ 790.243,34	\$ 594.112,84	\$ 196.130,50	

Fuente: Crédito requerido.

Elaboración: Autora.

4.1.1.3.4. Cálculo del costo unitario de producción.

Cuadro 36. Cálculo del costo unitario de producción.

Costo de operación	\$ 1.214.071,93
Costo financiero	\$ 158.048,67
Costo de exportación	\$ 418.950,00
Costo total de producción	\$ 1.791.070,60
Costo/Caja	7,48
Costo/Ha	9.426,69

Volumen de producción cajas 239.400
Has producción 190

Fuente: Costo unitario de producción.

Elaboración: Autora.

El costo unitario de producción se obtiene con la siguiente operación:

$$\text{Costo unitario producción} = \frac{\text{C. de operación} + \text{C. financiero} + \text{C. exportación}}{\text{Volumen de producción}}$$

$$\text{Costo unitario producción} = \frac{\$1'214.071,93 + \$158.048,67 + 418.950,00}{239.400 \text{ cajas}}$$

Costo unitario del producto = \$7,48 / caja.

El costo unitario por hectárea se obtiene con la siguiente operación:

$$\text{Costo unitario por Ha} = \frac{\text{C. de operación} + \text{C. financiero} + \text{C. exportación}}{\text{Has Producción}}$$

$$\text{Costo unitario por Ha} = \frac{\$1'214.071,93 + \$158.048,67 + 418.950,00}{190 \text{ has}}$$

Costo unitario del producto = \$9.426,69/ Ha

4.1.1.3.5. Determinación del precio de venta

El precio de venta es el costo de unitario de producción incrementado en un porcentaje que se denomina utilidad sobre costos.

- Precio de venta = Costo unitario + (costo unitario x 20,30%)
- Precio de venta = \$7,48 + (\$7,48 x 20,30%)
- Precio de venta = \$7,48 + \$1,52
- **Precio de venta = \$9,00 / caja.**

4.1.1.3.6. Ingreso por ventas.

Cuadro 37. Ingreso por ventas.

Años	Cajas proyectadas	Precio de venta / caja.	Ingresos esperados	% de incremento
2011	239.400,00	\$ 9,00	\$ 2.154.600,00	
2012	287.280,00	\$ 9,00	\$ 2.585.520,00	20,0%
2013	344.736,00	\$ 9,00	\$ 3.102.624,00	20,0%
2014	413.683,20	\$ 9,00	\$ 3.723.148,80	20,0%
2015	496.419,84	\$ 9,00	\$ 4.467.778,56	20,0%

Fuente: Programa de Producción y Precio de Venta del Producto.

Elaboración: Autora.

En el primer año de implementación del proyecto, se percibirán **\$ 2'154.600,00** por concepto de ventas de cajas de banano.

4.1.1.3.7. Cálculo del punto de equilibrio

Los rubros que conforman los costos fijos, costos variables y sus respectivos valores, se los puede observar en el cuadro que prosigue.

Cuadro 38. Determinación de costos fijos y variables.

Costos	Fijos	Variables
Materiales directos		\$ 534.052,00
Mano de obra directa		\$ 445.032,63
Materiales indirectos		\$ 88.578,00
Mano de obra indirecta	\$ 85.051,34	
Reparación y mantenimiento	\$ 5.299,66	
Seguros	\$ 1.437,29	
Suministros	\$ 1.938,94	
Depreciaciones	\$ 4.412,77	
Gastos administrativos	\$ 1.404,40	
Gastos de ventas		\$ 5.577,81
Gastos financieros	\$ 158.048,67	
Costos de comercio exterior	\$ 418.950,00	
Totales	\$ 676.543,07	\$ 1.073.240,44

Fuente: Capital de operación y costos financieros.

Elaboración: Autora.

Para obtener el punto de equilibrio se debe utilizar la siguiente ecuación financiera:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{costos variables}}$$

Con esta ecuación se puede determinar el porcentaje del punto de equilibrio; el número o valor resultante que al multiplicarlo por 100 da como resultado un porcentaje de producción de carne, donde los ingresos y egresos de la empresa se igualan.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{costos variables}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$676.543,07}{\$ 2.174.600,00 - \$1.073.240,44}$$

- Punto de equilibrio = 0,6256 = 62,56%
- Punto de equilibrio = 149.778 cajas.

4.1.1.3.8. Determinación de la Tasa Interna de Retorno y VAN.

Cuadro 39. Estado de resultados

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN						
INGRESOS						
Ventas		\$ 2.154.600,00	\$ 2.585.520,00	\$ 3.102.624,00	\$ 3.723.148,80	\$ 4.467.778,56
Total ingresos (A)		\$ 2.154.600,00	\$ 2.585.520,00	\$ 3.102.624,00	\$ 3.723.148,80	\$ 4.467.778,56
Costos de Operación						
Gastos de Operación		\$ 1.214.071,93	\$ 1.231.787,53	\$ 1.235.330,65	\$ 1.239.582,39	\$ 1.244.684,49
Depreciación		\$ 45.699,86	\$ 45.699,86	\$ 45.699,86	\$ 45.699,86	\$ 45.699,86
Gastos Financieros		\$ 158.048,67	\$ 158.048,67	\$ 158.048,67	\$ 158.048,67	\$ 158.048,67
Total egresos (B)		\$ 1.417.820,46	\$ 1.435.536,06	\$ 1.439.079,18	\$ 1.443.330,92	\$ 1.448.433,02
Flujo de caja neto (A-B)	\$ (766.304,20)	\$ 736.779,54	\$ 1.149.983,94	\$ 1.663.544,82	\$ 2.279.817,88	\$ 3.019.345,54
15% Participación a Trabajadores		110.516,93	172.497,59	249.531,72	341.972,68	452.901,83
25% Impuesto a la Renta		\$ 184.194,89	\$ 287.495,99	\$ 415.886,21	\$ 569.954,47	\$ 754.836,39
Utilidad líquida	\$ (766.304,20)	\$ 442.067,73	\$ 689.990,37	\$ 998.126,89	\$ 1.367.890,73	\$ 1.811.607,33
TIR		88,1%				
VAN 6%		\$ 3.362.636,99				

Fuente: Estado de resultados.

Elaboración: Autora.

$$WACC = (Kd * D (1-T) + Ke * E) / (E+D)$$

Tasa de descuento 7,27%

Cuadro 40. Periodo de recuperación

Años	Inversion	Flujos descontados	Flujos acumulados
0	\$ (766.304,20)		
1		\$ 442.067,73	\$ 442.067,73
2		\$ 700.619,73	\$ 1.142.687,45
3		\$ 1.010.882,13	\$ 2.153.569,58
4		\$ 1.383.197,01	\$ 3.983.544,44
5		\$ 1.829.974,86	\$ 5.813.519,31

Fuente: Estado de resultados.

Elaboración: Autora.

$$PR = (Inversión - Acumulado en el año 4) / \text{flujo año 5}$$

Recuperación en el año 2

4.1.1.3.9. Coeficiente beneficio / costo.

Este coeficiente sirve para evaluar el rendimiento de cada dólar que se invertirá en el proyecto. El indicador llamado coeficiente beneficio / costo es la relación entre el ingreso neto que genera el proyecto y los costos totales necesarios para su ejecución, como se puede apreciar en la siguiente ecuación:

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo total}}$$

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\$2'154.600,00}{\$1'791.070,60}$$

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = 1,20 \text{ (20\%)}$$

El coeficiente beneficio / costo manifiesta que por cada dólar invertido, serán generados \$1,20 de ingresos, es decir, 20% de beneficios, y se pone de manifiesto la factibilidad de la inversión.

4.1.2. Resultado y discusión.

4.1.2.1. Resultados

4.1.2.1.1. En el estudio de mercado se logró determinar que existe una demanda creciente del 12%, a diferencia de la oferta con un crecimiento del 6%, mediante esto se determina que existe una demanda insatisfecha de 3'850.200 toneladas, incrementándose al 2015 en 18'266.632 toneladas.

4.1.2.1.2. El estudio técnico nos permitió determinar un volumen de producción de 1.260 cajas lo que equivale a 4.342,72 toneladas anuales por las 190 hectáreas de cultivo, con un incremento del 20% anual. Pudimos determinar el canal de distribución indirecto mayorista: hacienda – exportador mayorista – consumidor final y los canales indirectos detallistas. Hacienda – exportador –

minorista y consumidor final, así mismo hacienda – exportador – mayorista – minorista – consumidor.

- 4.1.2.1.3. La inversión asciende a 1'980.376,13 dólares de donde se determina el activo fijo que corresponde a 766.301,20 y un capital de operación anual de 1'214.072,93 para producir 4.342,72 toneladas anuales, se busca un financiamiento del 30% de la inversión total. La TIR es de 74,8%. La tasa de descuento total es de 7.27%. La relación costo beneficio se presenta en un 20%. El VAN asciende a 3'362.636.99.

4.1.2.2. Discusión.

- 4.1.2.2.1. Existe una demanda satisfecha de 3'850.200 toneladas, lo que nos permitió y en base a la capacidad de producción calcular un 17% de demanda a captar, la tasa interna de retorno es 74,8% mayor a la tasa de descuento, el VAN, supera a la inversión inicial por lo que es factible. Los resultados indican la factibilidad económica, técnica y de mercado.

4.1.3. Comprobación de la hipótesis.

Analizando los resultados del estudio se comprueba la hipótesis planteada “La elaboración de un estudio de factibilidad permite incrementar la producción por hectárea de banano orgánico, en la Hacienda Maravilla del cantón Valencia.”. Es evidente la rentabilidad del proyecto, pues el estudio económico y de mercado y técnico lo revelan, las utilidades son favorables y existe una alta demanda en el sector por este tipo de productos.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones y recomendaciones

5.1.1. Conclusiones

1. El análisis de los costos de producción permitió determinar el margen de utilidad del cultivo de banano orgánico, el cuál es del 20%
2. El estudio de mercado permitió determinar los canales de comercialización de producción de banano orgánico, que en muchos casos para el canal indirecto Mayorista está determinado por Hacienda – Mercados, Tiendas, Supermercados – Consumidor final. El canal Indirecto Detallista: Hacienda – Mayorista – Minorista – Consumidor final y Hacienda – Exportador – Mayorista – Minorista – Consumidor final.
3. El estudio técnico fue útil para determinar la capacidad productiva de la hacienda, se cuenta actualmente con 190 has para producción, la inversión se realizará a través de inversión propia y financiamiento externo. Se logró determinar la factibilidad, expresada en los siguientes términos:
 - a) Si Tasa Interna de Retorno (TIR) > tasa de descuento, el proyecto es factible.
TIR: 74,8% > 7,27%: FACTIBLE.
 - b) Si Valor Actual Neto (VAN) > Inversión Inicial, el proyecto es factible.
VAN: \$ 3'362.636.99 > \$766.304,20: FACTIBLE.
 - c) Recuperación de inversión: 2 años < 5 años: FACTIBLE.
 - d) Si coeficiente beneficio / costo > 1, el proyecto es factible.
Coeficiente beneficio / costo: 1,20 > 1, FACTIBLE.

5.1.2. Recomendaciones

1. Buscar alternativas de expansión para la producción de banano orgánico, debido al incremento del 20% anual.
2. Se propone definir políticas y delinear estrategias, orientando los canales de distribución para que impulsen el propósito de ampliar la venta de la fruta.
3. Se sugiere intensificar la inversión propia, de tal forma que se pueda reducir mucho más la tasa de descuento y buscar alternativas para la reducción de los costos de operación para optimizar la relación costo / beneficio.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

6.1.1. Literatura Citada

ARIAS, Josué. (2008). Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración. Lima- Perú. Editorial de libros técnicos. p. 145.

ALVAREZ, Carlos. (2009). Apuntes de la materia Orgón y Métodos del trabajo, USC.

ANDRADE, Simon. (2009). Diccionario de Economía, Tercera Edición, Editorial Andrade, Pag. 215.

AYALA, Roberto. (2008). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. p. 255.

BACA, Gabriel. (2008). Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, p. 90 – 92.

BORJA, Alberto. (2008). Contabilidad para el Nuevo Milenio. Primer Nivel. Primera Edición. Machala- Ecuador. Editorial Impssur. p. 200.

DÁVALOS, Peter. (2008). Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. p. 102 -104.

DA COSTA, Joao. (2012) Diccionario de Mercadeo y Publicidad, Editorial Panapo.

DICCIONARIO DE MARKETING. (2008). Grupo Ediciones Cultural. Madrid. España. p. 25, 36, 45,72.

DOMÍNGUEZ Gómez, Efrén. (2011). Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Economía. Propuesta de una alternativa de Financiamiento para el Hotel Playa de Oro Varadero. Universidad de Matanzas.

ESPEJO, Jorge. (2011). Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill - Interamericana, Pág. 230.

FERRIN, Rosa. (2008). Economía y medio ambiente, Pag. 13.

GARCÍA, Wilson. (2012). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. Cuarta Edición. México. p. 128.

GUAJARDO, Gabriel. (2009). Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. p. 68 - 100.

HAIR.BUSH-ORTINAU. (2009). Investigación de Mercados.Mc Graw Hill.2 Ed. México. p. 88-98.

HERNÁNDEZ, Idalberto. (2008). Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México. p. 17- 45.

HERNÁNDEZ Antonio y HERNÁNDEZ A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. p. 42-47.

INIESTA, P. (2009). Máster de Marketing, Gestión 2008, Barcelona – España. p. 45 -67.

KERIN R., HARTLEY S. y RUDELIUS W. (2009), Marketing, Novena Edición, de McGraw-Hill Interamericana, Pág. 254.

KOTLER, P. (2008). Mercadotecnia. Cuarta Edición. México. 738 p.

MURCIA, Joel. (2009). Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfaomega Colombiana S.A. p. 95.

ORTEGA, Ubaldo. (2008). Análisis Financiero: Certificación Internacional de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en Gestión de Proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ. Módulo 5. p. 18-22.

ORTIZ, H. (2008). Proyectos de Inversión Innovadores. Mc Graw Hill. Primera Edición. Ecuador. p. 100.

PALACIOS, L. E. (2008). Principios esenciales para realizar proyectos. Un enfoque latino (3ra ed.). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

RAMÓN, Jessenia. (2010). Proyecto de inversión para el desarrollo de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su exportación a Hamburgo-Alemania. UTPL. Ecuador. p. 30-35.

SAPAG, N.; SAPAG, R. (2008). Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. p. 438.

SARMIENTO, Rodrigo. (2008). Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. p. 74 – 90.

SPILLER, L. y GOSMAN, M. (2009). Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. México. Mc. Graw Hill. p. 156 – 159.

TERRANOVA (2008). Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia. p. 110.

VISCIONE, J.(2009). Análisis Financiero: Principios y Métodos. México. Mc Graw Hill. p. 335.

WEIERS, R. (2009). Investigación de Mercados. Edición. Prentice – Hall Hispanoamericana, México. p. 78 - 309.

6.1.2. Linkografía

RIVADENEIRA, Diego. COMERCIALIZACIÓN: Definición y Conceptos. Empresa & Actualidad. Disponible en: <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>. Consultado el 23 de diciembre del 2013

CRUZ, Vidal. (2009). El balance general concepto y estructura. Contabilidad y auditoría. Disponible en:

<http://contabilidadalovidalcruz.blogspot.com/2009/07/3-el-balance-general-concepto.html>. Consultado el 23 de diciembre del 2013

MUÑOZ, Andrea. (2013). El banano. Frutas tropicales. Disponible en: <http://www.angelfire.com/zine2/frutastropicales/> Consultado el 23 de diciembre del 2013

DANIELS,Roland. (2013). Qué son las exportaciones. Efxto. Disponible en: <http://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>. 2013

ADUANA DEL ECUADOR. Pasos para exportar desde Ecuador. [en línea]: Disponible en: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action. Consultado: 5 de noviembre del 2013.

6.1.3. Anexos

6.1.3.1. Modelo de encuesta

Anexo 1. Encuesta dirigida a través de la web.

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS CONSUMIDORES DE BANANO A NIVEL MUNDIAL.

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

Pregunta 2. ¿Qué tipo de fruta consume regularmente?

Banana

Mango

Piña

Pregunta 3. ¿Conoce las propiedades de la banana orgánica?

Si

No

Pregunta 4. ¿Qué tipo de banana consume más?

Banano convencional

Banano orgánico

Pregunta 5. ¿Cuántos kilogramos de banana consume diariamente?

0,1 kg - 0,3 kg

0,3 kg - 0,5 kg

0,5 kg - a 0,8 kg

Pregunta 6. ¿En qué lugar consume bananas regularmente?

Minimarket

Supermercado

Otros

Pregunta 7. ¿Cuánto paga por el consume de banana por kilogramo?

USD 6 - USD 8

USD 8 - USD 10

6.1.3.2. Tabla de distribución normal

TABLA VI
Distribución Normal
 $P(Z \leq z)$

z	0	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0	0.5000	0.5040	0.5080	0.5120	0.5160	0.5199	0.5239	0.5279	0.5319	0.5359
0.1	0.5398	0.5438	0.5478	0.5517	0.5557	0.5596	0.5636	0.5675	0.5714	0.5753
0.2	0.5793	0.5832	0.5871	0.5910	0.5948	0.5987	0.6026	0.6064	0.6103	0.6141
0.3	0.6179	0.6217	0.6255	0.6293	0.6331	0.6368	0.6406	0.6443	0.6480	0.6517
0.4	0.6554	0.6591	0.6628	0.6664	0.6700	0.6736	0.6772	0.6808	0.6844	0.6879
0.5	0.6915	0.6950	0.6985	0.7019	0.7054	0.7088	0.7123	0.7157	0.7190	0.7224
0.6	0.7257	0.7291	0.7324	0.7357	0.7389	0.7422	0.7454	0.7486	0.7517	0.7549
0.7	0.7580	0.7611	0.7642	0.7673	0.7704	0.7734	0.7764	0.7794	0.7823	0.7852
0.8	0.7881	0.7910	0.7939	0.7967	0.7995	0.8023	0.8051	0.8078	0.8106	0.8133
0.9	0.8159	0.8186	0.8212	0.8238	0.8264	0.8289	0.8315	0.8340	0.8365	0.8389
1	0.8413	0.8438	0.8461	0.8485	0.8508	0.8531	0.8554	0.8577	0.8599	0.8621
1.1	0.8643	0.8665	0.8686	0.8708	0.8729	0.8749	0.8770	0.8790	0.8810	0.8830
1.2	0.8849	0.8869	0.8888	0.8907	0.8925	0.8944	0.8962	0.8980	0.8997	0.9015
1.3	0.9032	0.9049	0.9066	0.9082	0.9099	0.9115	0.9131	0.9147	0.9162	0.9177
1.4	0.9192	0.9207	0.9222	0.9236	0.9251	0.9265	0.9279	0.9292	0.9306	0.9319
1.5	0.9332	0.9345	0.9357	0.9370	0.9382	0.9394	0.9406	0.9418	0.9429	0.9441
1.6	0.9452	0.9463	0.9474	0.9484	0.9495	0.9505	0.9515	0.9525	0.9535	0.9545
1.7	0.9554	0.9564	0.9573	0.9582	0.9591	0.9599	0.9608	0.9616	0.9625	0.9633
1.8	0.9641	0.9649	0.9656	0.9664	0.9671	0.9678	0.9686	0.9693	0.9699	0.9706
1.9	0.9713	0.9719	0.9726	0.9732	0.9738	0.9744	0.9750	0.9756	0.9761	0.9767
2	0.9772	0.9778	0.9783	0.9788	0.9793	0.9798	0.9803	0.9808	0.9812	0.9817
2.1	0.9821	0.9826	0.9830	0.9834	0.9838	0.9842	0.9846	0.9850	0.9854	0.9857
2.2	0.9861	0.9864	0.9868	0.9871	0.9875	0.9878	0.9881	0.9884	0.9887	0.9890
2.3	0.9893	0.9896	0.9898	0.9901	0.9904	0.9906	0.9909	0.9911	0.9913	0.9916
2.4	0.9918	0.9920	0.9922	0.9925	0.9927	0.9929	0.9931	0.9932	0.9934	0.9936
2.5	0.9938	0.9940	0.9941	0.9943	0.9945	0.9946	0.9948	0.9949	0.9951	0.9952
2.6	0.9953	0.9955	0.9956	0.9957	0.9959	0.9960	0.9961	0.9962	0.9963	0.9964
2.7	0.9965	0.9966	0.9967	0.9968	0.9969	0.9970	0.9971	0.9972	0.9973	0.9974
2.8	0.9974	0.9975	0.9976	0.9977	0.9977	0.9978	0.9979	0.9979	0.9980	0.9981
2.9	0.9981	0.9982	0.9982	0.9983	0.9984	0.9984	0.9985	0.9985	0.9986	0.9986
3	0.9987	0.9987	0.9987	0.9988	0.9988	0.9989	0.9989	0.9989	0.9990	0.9990
3.1	0.9990	0.9991	0.9991	0.9991	0.9992	0.9992	0.9992	0.9992	0.9993	0.9993
3.2	0.9993	0.9993	0.9994	0.9994	0.9994	0.9994	0.9994	0.9995	0.9995	0.9995
3.3	0.9995	0.9995	0.9995	0.9996	0.9996	0.9996	0.9996	0.9996	0.9996	0.9997
3.4	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9997	0.9998
3.5	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998	0.9998
3.6	0.9998	0.9998	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999
3.7	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999
3.8	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999	0.9999
3.9	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
4	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

z	1.282	1.645	1.96	2.326	2.576	3.09	3.291	3.891	4.417
F(z)	0.9	0.95	0.975	0.99	0.995	0.999	0.9995	0.99995	0.999995
2[1-F(z)]	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002	0.001	0.0001	0.00001

6.1.3.3. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE					ENERO				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Exploración y definición del tema	■	■																										
Revisión bibliográfica		■	■	■																								
Elaboración del anteproyecto			■	■	■																							
Presentación del perfil				■	■																							
Aprobación del Perfil				■	■	■	■	■	■																			
Desarrollo de la Tesis								■	■																			
Estructura del plan de la investigación									■																			
Investigación de campo										■	■	■	■	■														
Investigación de gabinete															■	■	■	■										
Tabulación y uso estadístico de los datos																	■	■										
Análisis información e interpretación estadística																	■	■										
Análisis e interpretación documental																		■										
Conclusiones previas finales																			■									
Comprobación de las hipótesis y objetivos																				■								
Conclusiones																					■							
Correcciones finales																						■	■					
Presentación formal de la investigación																							■	■	■			
Sustentación																											■	
Incorporación																												■