



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS
PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PLANTA PROCESADORA DEL
CANTÓN TISALEO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas.

Autor (a)

Julisa Marisol Velasco Morocho

Tutor (a)

Ing. Omar Eduardo Pinto Hernández

AMBATO – ECUADOR

2022

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

Yo Julisa Marisol Velasco Morocho, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la comercialización de los productos derivados de la planta procesadora del cantón Tisaleo”, como requisito para optar al grado de Licenciada de administración de empresas y negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, 18 de febrero del 2022, firmo conforme:

Autor: Julisa Marisol Velasco Morocho



Firma:
Número de Cédula: 1805314372
Dirección: Ambato, Huachi
Grande
Correo Electrónico:
julisavelasco1999@gmail.com
Teléfono: 0992594536

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PLANTA PROCESADORA DEL CANTÓN TISALEO”, presentado por Julisa Marisol Velasco Morocho, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

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

Ambato, 18 de febrero del 2022




.....
Ing. Omar Eduardo Pinto Hernández

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Ambato, 18 de febrero del 2022



.....
Julisa Marisol Velasco Morocho
1805314372

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PLATA PROCESADORA DEL CANTON TISALEO”, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 18 de febrero del 2022



Firmado electrónicamente por:
**SILVIA LORENA
LLAMUCA PEREZ**

.....
Dra. Silvia Lamuca P.
LECTORA



Firmado electrónicamente por:
**DARIO MANUEL
BECERRA MORA**

.....
Lic. Dario Becerra
LECTOR

DEDICATORIA

Este plan de negocios está dedicado en primer lugar a Dios que me ha dado la sabiduría en estos 4 años para lograr culminar mi carrera, dedico a mis padres y hermanas por ser ese pilar fundamental en mis estudios, por sus consejos brindados día a día y por ser los mejores amigos que la vida me puedo dar.

Julisa Marisol

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me ha permitido seguir cumpliendo metas en mi vida, porque me ha permitido gozar de buena salud y me ha brindado la dicha de contar con toda mi familia a pesar de las enfermedades que se han presentado en estos últimos años a nivel mundial, después agradezco a mis padres por haber hecho todo lo posible para poder culminar mis estudios, poniendo a sus hijas, ante todo, agradezco a mis hermanas y a mi familia que siempre ha estado pendiente de mí, a mis docentes y amigos que han formado parte de mi vida universitaria.

Julisa Marisol

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	4
APROBACIÓN TRIBUNAL	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS	15
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	16
RESUMEN EJECUTIVO	17
ABSTRACT	18
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO I	4
1. ÁREA DE MARKETING	4
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	4
1.2.1. Especificación del servicio o producto	4
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	5
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	5
1.3.1. Público objetivo del producto.	5
1.3.2. Demanda Potencial	26
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	29

1.4.1.	Análisis del Micro Ambiente	29
1.4.2.	Análisis Macro ambiente.....	31
1.4.3.	Proyección de la oferta.....	35
1.5.	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	36
1.6.	DISEÑO DE MARCA	37
1.7.	ESTRATEGIA DE MARKETING	38
1.8.	PUBLICIDAD QUE SE REALIZARA.....	40
1.9.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	41
1.10.	SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	41
1.11.	ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	42
CAPITULO II.....		43
2.	OPERACIONES	43
2.1.	OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	43
2.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	43
2.2.1.	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	43
2.2.2.	Mapa de Procesos.....	46
2.2.3.	Diagrama de Flujo.....	47
2.3.	DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAS	50
2.3.1.	Instalaciones.....	50
2.3.2.	Gráfico De La Planta.....	51
2.3.3.	Descripción de equipos requeridos	52
2.3.4.	Tiempo Horas – Hombre.....	53
2.3.5.	Tecnología a aplicar	54
2.3.6.	Factores que afectan las operaciones	55
2.4.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	55
2.4.1.	Capacidad de Producción Futura	55
2.5.	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	55

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	55
2.6. CALIDAD	56
2.6.1. Método de Control de Calidad.	56
2.7. NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	58
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	58
CAPITULO III	60
3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	60
3.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	60
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	60
3.2.1. Visión de la Empresa	60
3.2.2. Misión de la Empresa.....	60
3.2.3. Objetivos y estrategias	60
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	61
3.3.1. Organización Interna	61
3.3.2. Descripción de puestos.....	64
3.4. CONTROL DE GESTIÓN.....	69
3.4.1. Indicadores de Gestión.....	69
3.5. NECESIDADES DEL PERSONAL	70
CAPÍTULO IV.....	71
4. JURÍDICO LEGAL	71
4.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	71
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	71
4.3. REGISTROS DE MARCAS	71
4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	73
CAPITULO V	79
5. EVALUACIÓN FINANCIERA	79
5.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	79

5.2. PLAN DE INVERSIONES	79
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	81
5.3.1. Mano de Obra.....	81
5.3.2. Depreciación	84
5.3.3. Proyección de la depreciación.....	84
5.3.4. Detalle de Costos.....	85
5.3.5. Proyección de Costos	86
5.3.6. Detalle de Gastos.....	88
5.3.7. Proyección de Gastos	90
5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	92
5.4.1. Forma de Financiamiento.....	92
5.5. CÁLCULO DE INGRESO	92
5.5.1. Proyección de ingresos.....	93
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	95
5.7. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADOS	97
5.8. FLUJO DE CAJA	97
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA	98
5.9.1. Indicadores.....	98
BIBLIOGRAFÍA	100
ANEXOS.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorización de sujetos	6
Tabla 2. Dimensión Conductual	6
Tabla 3. Dimensión Geográfica.....	7
Tabla 4 Dimensión Demográfica.....	7
Tabla 5 Prueba Piloto.....	8
Tabla 6 Cuadro de necesidades de objetivos específicos	11
Tabla 7. Cuadro de necesidades del objetivo Estratégico.....	12
Tabla 8. Pregunta 1. Edades.....	13
Tabla 9. Pregunta 2. ¿Usted compra mora?.....	14
Tabla 10. Pregunta 3. ¿Con que frecuencia consume mora?.....	15
Tabla 11. Pregunta 4. ¿La mora que usted ha comprado se le ha llegado a dañar?.....	16
Tabla 12. pregunta 5. ¿Usted ha consumido pulpa de mora?	17
Tabla 13. pregunta 6. ¿Usted usualmente donde compra su pulpa de mora?.....	18
Tabla 14. Pregunta 6.1. ¿Cuál es su experiencia al consumir pulpa de tiendas o supermercados?	19
Tabla 15. Pregunta 7. ¿Sabía usted que la pulpa de mora procesado puede durarle hasta 3 meses?	20
Tabla 16. Pregunta 8. ¿Qué cantidad de pulpa le gustaría adquirir en sus compras?	21
Tabla 17. Pregunta 8.1. Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g, c y d hacen referencia a 750g.	22
Tabla 18. Pregunta 9. ¿Qué le motivaría a usted a consumir la pulpa de mora?.....	23
Tabla 19. Pregunta 10. ¿De las redes sociales que existen, cual es el de su preferencia?.....	24
Tabla 20. Pregunta 11. ¿De acuerdo al material, como considera usted que se debería vender la pulpa?.....	25
Tabla 21. Demanda de Personas	26
Tabla 22. Proyección de la Demanda Potencial	27
Tabla 23.	28
Tabla 24. Proyección de la demanda de productos.....	28
Tabla 25. Matriz de Factor Externo (EFE)	33
Tabla 26. Matriz EFL.....	33
Tabla 27. Matriz de Perfil Competitivo	34
Tabla 28. Oferta de Competencia	35
Tabla 29. Proyección de la oferta mensual y anual de la competencia	35

Tabla 30. Demanda Potencial Insatisfecha.....	36
Tabla 31. Beneficios del Producto.....	39
Tabla 32. Precio Venta Público	39
Tabla 33. Publicidad que se realizará	40
Tabla 34. Detalle de flujo	47
Tabla 35 Equipos Requeridos.....	52
Tabla 36. Equipos Administrativos	53
Tabla 37. Tiempos - Horas Hombre	53
Tabla 38. Tecnología Futura a utilizar.....	55
Tabla 39. Capacidad de Producción Futura.....	55
Tabla 40. Especificación de materia prima y grado de sustitución.	55
Tabla 41. Diagrama de Pareto	57
Tabla 42. Análisis FODA	60
Tabla 43. Descripción de puestos – Gerente	64
Tabla 44. Descripción de Puesto del jefe de Ventas.....	65
Tabla 45. Descripción de Puestos de jefe de Producción	66
Tabla 46. Descripción de puesto del operario de producción.....	67
Tabla 47. <i>Descripción de puestos del Contador</i>	68
Tabla 48. Indicadores de Gestión	69
Tabla 49. Necesidad del personal	70
Tabla 50. Registro Único de Contribuyente (RUC)	73
Tabla 51. Permiso del suelo.....	74
Tabla 52. Ministerio de relaciones laborales	75
Tabla 53. Registro Sanitario	76
Tabla 54. Reglamento del control sanitario.....	77
Tabla 55. Requisitos del IESS	78
Tabla 56. Plan de Inversiones.....	79
Tabla 57. Cálculo de Mano de obra de producción	81
Tabla 58. Cálculo de Mano de obra del área Administrativa	82
Tabla 59. Mano de obra del área comercial.....	83
Tabla 60. Cálculo de las depreciaciones.....	84
Tabla 61. Proyección de la depreciación.	84
Tabla 62. Detalles de costos – producción	85
Tabla 63. Proyección de Costos.....	86

Tabla 64. Detalle de Gastos Administrativos	88
Tabla 65. Detalle de Gasto de Ventas.....	89
Tabla 66. Gastos Administrativos.....	90
Tabla 67. Gastos de Ventas	91
Tabla 68. Forma de Financiamiento	92
Tabla 69. Determinación del precio de venta Unitario.....	92
Tabla 70. Cálculo de Ingreso Anual	93
Tabla 71. Proyección de Ingresos	93
Tabla 72. Proyección de Ingresos.....	94
Tabla 73. Punto de Equilibrio	95
Tabla 74. Estado de Resultado Proyectados	97
Tabla 75. Flujo de caja.....	97
Tabla 76. TMAR.....	98
Tabla 77. Periodo de Recuperación	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	9
Gráfico 2.....	14
Gráfico 3.....	15
Gráfico 4.....	16
Gráfico 5.....	17
Gráfico 6.....	18
Gráfico 7.....	19
Gráfico 8.....	20
Gráfico 9.....	21
Gráfico 10.....	22
Gráfico 11.....	23
Gráfico 12.....	24
Gráfico 13.....	25
Gráfico 14.....	26
Gráfico 15.....	27
Gráfico 16.....	29
Gráfico 17.....	36
Gráfico 18.....	37
Gráfico 19.....	41
Gráfico 20.....	46
Gráfico 21.....	49
Gráfico 22.....	57
Gráfico 23.....	61
Gráfico 24.....	62
Gráfico 25.....	63
Gráfico 26.....	96

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logotipo del Producto.....	38
Ilustración2. Especificaciones para la elaboración de pulpa.....	45
Ilustración 3. Ubicación Geográfica de la planta Procesadora	50
Ilustración 4 Cuestionario	103
Ilustración 5 Terreno de futura planta procesadora	105
Ilustración 6. Avalúos y Catastros	106
Ilustración 7. Explicación de los Beneficios de la mora	107
Ilustración 8. Selección de materia prima.....	107
Ilustración 9. Patentes de Tisaleo.....	108
Ilustración 10. Solicitud de Permiso de Suelo	109
Ilustración 11. Aprobación del Comisario, para el uso del suelo	110
Ilustración 12. Propuesta de la plata procesadora vista lateral.....	111
Ilustración 13. Propuesta de la planta procesadora vista superior	112
Ilustración 14. Requisitos para ser proveedores del supermercado Mi caserita	113
Ilustración 15. Punto de distribución Propuesto	114
Ilustración 16. Población de Tungurahua	114
Ilustración 17. Población de Cantones de Tungurahua.....	115
Ilustración 18. PEA Tisaleo	115

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS
PRODUCTOS DE LA PLANTA PROCESADORA DEL CANTÓN TISALEO

AUTORA: Julisa Marisol Velasco Morocho

TUTOR: Mg. Omar Eduardo Pinto Hernández

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente en nuestro país existe una gran variedad de frutas que son nutritivas lo que ha fortalecido el consumo de productos naturales, debido a ello se realiza un proyecto de titulación que consiste en el plan de negocios para la comercialización de los productos derivados de una planta procesadora que radica en la elaboración de pulpa de mora, este producto consta de varios beneficios como son las vitaminas A, C, E, reforzando el sistema inmunológico en las personas. Para la comercialización de este producto se realizó un estudio de mercado el cual va ayudar a conocer la oferta y demanda de la pulpa de mora, para ello se aplicó una encuesta a 138 personas conformada de 10 preguntas, determinando la calidad del producto con normas y reglamentos para la producción en la planta, identificando la estructura de la asociación estableciendo , visión, misión, funciones y perfiles de cargos, conociendo los permisos de funcionamiento para la planta, se calculó los costos y gastos para la producción y comercialización, este plan de negocio se realizó tomando en cuenta todos los puntos importantes como son: Marketing, Calidad, Operaciones, Leyes, finalmente el cálculo financiero.

DESCRIPTORES: inmunológico, marketing, oferta, demanda

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE COMMERCIALIZATION OF
PRODUCTS FROM THE PROCESSING PLANT IN THE CITY OF TISALEO

AUTHOR: Julisa Marisol Velasco Morocho

TUTOR: Mg. Pinto Hernández Omar Eduardo

ABSTRACT

Currently, in our country, there is a great variety of fruits that are nutritious, which has strengthened the consumption of natural products. Due to this, a degree project is being carried out which consists of a business plan for the commercialization of the products derived from the processing plant, which is based on the elaboration of blackberry Pulp, this product has several benefits such as vitamins A, C, E, reinforcing the immune system in people. For the commercialization of this product, a market study was carried out to determine the supply and demand of blackberry pulp, applying a 10-question survey to 138 people, determining the quality of the product with standards and regulations for production at the plant. Identifying the structure of the association establishing, vision, mission, functions, and job profiles, knowing the operating permits for the plant, costs, and expenses for production and marketing were calculated. This business plan was made taking into account all the important points such as Marketing, Quality, Operations, Laws, finally the financial calculation.

KEYWORDS: demand, immunological, marketing, supply

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país mega diverso que en la actualidad da origen al cultivo de varias especies frutícolas, se da una ventaja comparativa importante que debe ser aprovechada y fortalecida ayudándonos en la mejora competitiva en el contexto global de la economía dentro de esta importante diversificación tenemos a los frutales andinos, como la mora de castilla (*Rubus glaucus*) por los beneficios que brinda a la salud humana como son las vitaminas, minerales, antioxidantes, entre otros (Galarza , Garcés , & Velásquez, 2016).

En el país la mora de castilla es la más cultivadas, se reportan alrededor de 5000 hectáreas de mora que se involucran de manera directa a cerca de 15000 pequeños y medianos productores de la sierra los cuales obtienen el rendimiento de 5 toneladas por hectárea al año, la producción de mora tanto como en el mercado nacional como internacional, requiere la implementación de prácticas acordes al manejo racional de los recursos naturales, la inocuidad sea económicamente rentable para los productores y posibilite la incorporación de las nuevas tecnologías generadas para la producción integrada del cultivo (INIAP, 2016).

La mora de castilla (*Rubus glaucus*) es una planta de origen silvestre, que se consume en estado natural tal como refrescos, mermeladas y conservas, la mora de castilla se cultiva en los callejones interandinos de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Pichincha, Imbabura, Carchi (MAGAP, 2013).

Al realizar el plan de negocio analiza la producción y comercialización de los productos derivados de la mora en la planta procesadora del cantón Tisaleo realizando un enfoque en los siguientes capítulos:

En el primer capítulo enfocado en el área de marketing se da a conocer los aspectos innovadores que presenta el producto al ser elaborado de una forma artesanal, se realiza el análisis del mercado por medio de encuestas elaboradas hacia los moradores del sector con la finalidad de obtener su opinión y aceptación del producto que representa al cantón, en este capítulo se toma en cuenta los aspectos internos y externos haciendo énfasis en la matriz FODA, MEFE, MEFI, PEST y las 5 fuerzas de Porter, investigando la oferta y la demanda además de establecer el nombre del producto, slogan, medios de publicidad, precio de venta, seguimientos a clientes y canales de distribución.

En el segundo capítulo establecemos el área de producción donde se define el proceso y la maquinaria para la elaboración de la pulpa de mora en la que se detalla por fases de proceso de fabricación, insumos, personal requerido, proceso de calidad, señalización de seguridad y reglamento sanitario de etiquetado al producto.

En el tercer capítulo se establece el área de organización y gestión en la que se especifica la misión, visión y el mapa estratégico, en la que se establezca un correcto funcionamiento del plan de negocio.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis de la constitución de la asociación donde se determina si son personas naturales, además de investiga los documentos y permisos necesarios para su funcionamiento, así como patentes, requisitos, seguros dentro del instituto de seguridad social (IESS).

En el quinto capítulo la parte financiera se enfocará desde el plan de inversión el capital de trabajo requerido para la fabricación del producto, se realizará el cálculo de dinero para cubrir los gastos, un análisis económico donde se establece el punto de equilibrio, VAN, TIR, tasa de beneficio costo, periodo de recuperación, indicadores para la determinación de la viabilidad económica que se obtendrá para el plan de negocio.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Determinar un plan de negocios para la comercialización de los productos derivados de la planta procesadora del cantón Tisaleo.

Objetivos Específicos

- Identificar el mercado objetivo con el fin de obtener un nivel de aceptación del producto, determinando los factores externos e internos
- Conocer la situación de la producción de mora para controlar la calidad y la demanda insatisfecha del producto.
- Establecer la estructura de empresa, con la creación de la misión, visión y diseño del perfil de cargos necesarios para la empresa e indicadores de gestión y las necesidades personales.
- Identificar el marco jurídico para la asociación, indagando en permisos para su funcionamiento y reglamentos para la comercialización del producto
- Desarrollar un análisis financiero para la fabricación del producto para ser presentado al consumidor.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado.

Identificar el mercado objetivo con el fin de obtener un nivel de aceptación del mismo, determinando los factores externos e internos.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

1.2.1. Especificación del servicio o producto

El producto es todo aquello que toda empresa, organización, o emprendedor que ofrece a su mercado con la finalidad de lograr los objetivos. Durante la evolución del producto se toma en cuenta que debe contar con requisitos que podamos lograr un desarrollo más óptimo del producto al igual tener en cuenta su salida al mercado (Alcázar Jiménez , 2016).

Al obtener un producto si menciona que si es tangible y el servicio es un producto intangible de esta manera el producto es aquello que se le ofrece al consumidor muy dependientemente de si es tangible o intangible ya que al presentar el producto terminado el consumidor se encarga de valorar lo ofrecido de tal manera de presentar futuras mejoras.

Los beneficios que brinda la mora son muy importantes para la salud ya que mejora la salud cardiovascular, fortalecer el sistema inmunitario, proteger la visión y ayuda a regular el pH de la sangre lo que hace que esta fruta sea muy apetecida, de esta manera al obtener la pulpa de la mora y poder facilitar a la población y lograr la comercialización del producto terminado.

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

La mora de castilla (*Rubus Glaucus*) es una fruta que se ha ido cultivando en Tungurahua teniendo un crecimiento muy importante en cultivos en Tisaleo en el cual la asociación del mismo cantón ha optado por realizar la fabricación de la pulpa de mora ya que al realizar di producto es brindar facilidad a los habitantes que accedan al producto presentando como ventaja que se facilite la reducción de tiempo al realizar preparaciones con la pulpa de mora.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO.

El mercado aplicable en el ámbito de marketing y los sistemas de información, la definición única y generalizable, esta condición en gran medida, por el conocimiento en el que se utilice, este término se utiliza para definir el lugar físico en el que se vaya a realizar la venta de bienes o servicios, de este modo el mercado, de este modo el mercado es un conjunto de individuos susceptibles para adquirir un producto o servicio determinado (Martínez Valverde , 2018).

1.3.1. Público objetivo del producto.

Al presentar la pulpa de mora el objetivo principal es la comunicación del producto como sus características y beneficios que brinda para tener un acercamiento claro con los clientes la comunicación se daría mediante la publicidad, las redes sociales siendo este el medio más rápido y efectivo, la promoción de ventas tomando en cuenta que el cliente debe sentirse satisfecho tanto con el producto y la publicidad ya que de esta manera ganamos la confianza del mismo.

Al realizar la pulpa de mora está enfocada en los agricultores del cantón Tisaleo, el cultivo de las moras se ha dado en gran cantidad en este sector, sabiendo que son de muy buena calidad, a estas cosechas están dedicada tanto hombres como mujeres, sabiendo que las personas más responsables para el cultivo son las mujeres con su dedicación en la actualidad se ha convertido en una fuente más de ingreso para sus hogares, los habitantes del sector que se dedican a los cultivos de la fruta son personas muy responsables, respetuosas y con muchas ganas de dar a conocer sus productor a nivel cantonal y nacional, lo cual se opta por la fabricación de la pulpa de mora de sus propios cultivos, con la finalidad de ofrecer un producto 100% natural..

1.3.1.1. Categorización de sujetos.

La categorización de sujetos permite identificar quien toma la decisión de compra del producto.

Tabla 1. *Categorización de sujetos*

Categoría	Sujeto
¿Quién Compra?	Consumidor final
¿Quién usa?	Consumidor final
¿Quién decide?	Consumidor final
¿Quién influye?	Consumidor final

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Estudio de segmentación para el Consumidor Final

Dimensión Conductual

Según (Oporta, Torres, & Catillo, 2018) la dimensión conductual divide a los compradores según sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto. Al realizar un análisis conductual se realiza un mejor punto inicio para realizar un estudio de segmentación.

Tabla 2. *Dimensión Conductual*

VARIABLE	DESCRIPCION
Tipo De Necesidad:	Fisiológicas, Seguridad
Tipo De Compra:	Comparación
Relación Con La Marca:	No
Actitud Frente Al Producto:	Positiva

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

La tabla de dimensión conductual permite dividir a la segmentación del mercado según el tipo de necesidad, tipo de compra, relación con la marca, actitud frente al producto que presenta al consumidor final de la pulpa de mora.

Dimensión Geográfica

Según (Trujillo, 2018) la dimensión geográfica corresponde a las personas que viven en una misma área o que comparten las mismas necesidades, y deseos siendo un aporte para segmentar la división de mercado.

Tabla 3. Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	Población 2010	TCP	TCP (ACUMULADA)	Población 2022
País	Ecuador	14.483,50			17,872,64
Región	Sierra	6.081,34	1,84%	22,08%	7.424,10
Provincia	Tungurahua	504.583	1,50%	18,00%	595.408
Cantón	Tisaleo	12.137	1,26%	15,12%	13.972

Fuente: INEC

Elaborado por: Julisa Velasco

La tabla de dimensión Geográfica nos permite identificar los habitantes de País, región, Provincia, cantón, en Ecuador contamos con una población de 14.483,50 en el 2010 y para el 2022 con una población de 17.872,64 para la región sierra con 6.081.34 con una TCP 1.84% dando 7.424,10 en la provincia de Tungurahua 504.583 con a TCP 1.50% y en el cantón Tisaleo 12.137 habitantes con una tasa de 1.26%.

Dimensión Demográfica

Según (Feijoo Jaramillo , Guerrón, & García , 2018) la dimensión demográfica se puede realizar considerando variables como edad, tamaño de familia, género, ingresos, ocupación, nivel de educación, religión, nacionalidad, clase social de tal manera que se logre segmentar y se dé a conocer cuáles son las necesidades o deseos del consumidor.

Tabla 4 Dimensión Demográfica

Variables	Descripción	Población (2010)	TCP	TCP (Acumulada)	Población (2022)
	Total, edades entre 20 a 59	6.097	1,26%	15,12%	7.019
Edad	De 20 a 24 años	1102			
	De 25 a 29 años	1009			
	De 30 a 34 años	908			
	De 35 a 39 años	777			
	De 40 a 44 años	641			
	De 45 a 49 años	651			
	De 50 a 54 años	539			
	De 55 a 59 años	470			
Sexo	Total, Hombres y Mujeres	12.137	1,26%	15,12%	13.972
	Hombres	5.908			

	Mujeres	6.229			
Escolaridad	Total, Escolaridad	7.712	1,26%	15,12%	8.878
	Primaria	5.464			
	Secundaria	1.523			
Socio Económico	Superior	725			
	Total, PEA	6015	1,26%	15,12%	6924,468

Fuente: INEC
Elaborado por: Julisa Velasco

Al presentar la tabla de la dimensión demográfica, se visualiza variables como la edad asiendo un enfoque de 20 a 59 años de edad, sexo conociendo con las habitantes que se cuentan tantos hombres y mujeres, escolaridad se realiza el enfoque en estudios primarios, secundarios y superiores de tal manera que se conozca a los habitantes del sector.

1.3.1.3. Plan de Muestreo

El muestreo es aquel que indica el número de unidad donde al realizar una inspección de la población ya que requiere que todas las unidades que existe en la población tengan la misma probabilidad al ser seleccionados, esto puede ser de forma aleatoria, al azar o de forma probabilística (Martínez Bencardino, 2018).

Muestreo Probabilístico

Según (Gutiérrez Rojas , 2016) las muestras aleatorias son de tipo probabilístico ya que realiza la selección de los procesos aleatorios que se le otorga por cada posible muestra que pertenece al soporte, son conocidas previamente a la selección de la muestra final.

Según la encuesta realizada con la pregunta:

¿Usted conoce los beneficios que nos brinda la mora, al ser consumida?

Tabla 5 Prueba Piloto

N°	Serie	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	(P)	3	10%
NO	(Q)	27	90%
TOTAL		30	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

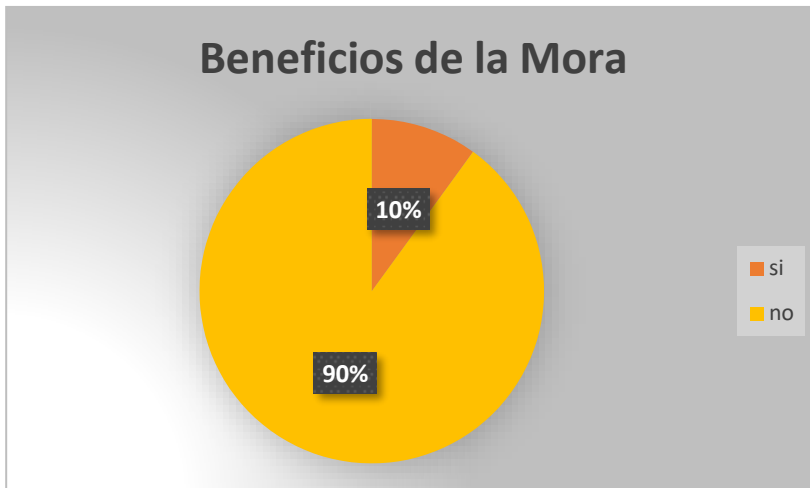


Gráfico 1.

Prueba Piloto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Interpretación

Al realizar la encuesta a 30 personas se obtuvo que 27 personas no conocen los beneficios que tiene al consumir la mora dándonos el 90% y 3 personas si conocen del tema dándonos esto un 10%.

Análisis

La mora de castilla (*Rubus glaucus*), es una fruta que contiene algunos beneficios entre ello para el sistema inmune ya que contine minerales como zinc y el manganeso, refuerzo las defensas y contiene antioxidantes naturales además de contar con vitaminas A,C y E por lo que no tiene efectos secundarios al ser consumida.

Según (Mayorga, Virgen , Martínez , & Salazar , 2020), nos manifiestan que una prueba piloto es un simulacro previo a investigación final donde el objetivo es contribuir los posibles errores para la obtención de datos.

Para realizar la prueba piloto se encuestó a 30 personas consumidores de mora el cual nos manifiestan que no conocen los beneficios que contiene la fruta, ya que su consumo solo se enfoca en gustos, por lo que esto nos ha ayudado a obtener los datos en porcentajes para la realización del muestreo probabilísticos.

Para realizar el cálculo probabilístico y obtener la muestra se utiliza la siguiente formula:

Formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2 \cdot p \cdot q + N \cdot e^2}$$

Z = 1,96 margen de confiabilidad del 95%

P = 73% Probabilidad de Ocurrencia

Q = 27% Probabilidad en Contra

E = 5% de margen de error

N = 6.097 Población Total

La población total se determina con el estudio de segmentación demográfico realizado donde se obtiene el valor de las variables establecidas en el cual se planteó los rangos de edad desde 20 a 59 años de edad, tomando en cuenta que son personas que aun consumen jugos naturales por salud, por lo que les dará a conocer la pulpa de mora con los mismos beneficios ya que es un producto natural.

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos el muestreo aleatorio simple, ya que se cuenta con los datos requeridos para obtener el resultado de análisis para la población con la información correcta, para el cálculo de este muestreo utilizamos la fórmula indicada anteriormente.

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2 \cdot p \cdot q + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (10\%) (90\%) (6.097)}{(1.96)^2(10\%) (90\%) + (6.097) (5\%)^2}$$

$$n = \frac{2,108.00}{15.59}$$

$$\mathbf{n=135//}$$

Una vez realizada el cálculo de muestreo probabilístico se determina que el resultado de **n** es igual a **135** lo que se da a entender que se debe encuestar a 135 personas que consumen jugos a base de pulpa y si conocen los beneficios del producto consumido, lo cual se ha tomado en cuenta las edades de 20 a 59 años de edad, las encuestas serán realizadas en las asociaciones de Tisaleo.

1.3.1.4. Instrumentos para la recopilación de información

Objetivo Específico

Elaboración de la pulpa de mora

Tabla 6 Cuadro de necesidades de objetivos específicos

Necesidades de información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
Conocer las propiedades de la materia prima	Secundario	Internet	Base de Datos Asociaciones
Conocer el proceso de elaboración del producto	Secundario	Asociación Tisaleo	Banco de Datos
Conocer la maquinaria para la elaboración de la pulpa de mora	Secundario	Planta Procesadora	Asociación
Conocer el tiempo de la elaboración de la pulpa de mora	Primaria	Planta procesadora	Experimentos
Analizar el envase adecuado para la pulpa de mora de acuerdo a los pesos	Primaria	Asociación Tisaleo	Base de Datos
Conocer el costo de la materia prima	Secundario	Agricultores	Servicios Agrupados
Conocer el costo de la elaboración del producto	Primaria	Asociación Tisaleo	Experimento

Analizar el periodo de consumos del producto	Primaria	Planta Procesadora	Experimento	Banco Datos
--	----------	--------------------	-------------	-------------

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Objetivo Estratégico

Realizar carlas y campañas para informar los beneficios del consumo de la pulpa de mora.

Tabla 7. Cuadro de necesidades del objetivo Estratégico

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento	Herramienta
Conocer los beneficios de la pulpa de mora	Primaria	Internet	Banco de Datos	
Conocer el mercado potencial	Secundaria	Internet	Banco de Datos	
Conocer el medio de comunicación preferido	Primaria	Consumidor	Cuestionario	Encuesta
Analizar estrategias publicitarias	Secundaria	Internet	Banco de Datos	
Investigar cuales son los lugares frecuentes de compra para los consumidores	Primaria	Consumidor	Cuestionario	Encuesta

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julissa Velasco

1.3.1.5. Diseño y Recopilación de Información

Información Primaria

Se le denomina como información principal a todo aquello que se obtendrá mediante encuestas o entrevistas con la finalidad de tener un acercamiento con los consumidores para conocer sus gustos, preferencias y opiniones al respecto.

Información Secundaria

Se le denomina como información secundaria a la investigación realizada en base o registros y no se la obtiene directa del consumidor, los datos para esta información son necesarios ya que de esta manera se evaluar las características, beneficios, estrategias, propiedades y todo lo que esté relacionado con el producto.

Encuesta

La encuesta se la aplica para conocer las opiniones de las personas referente al producto en presentación peso, entre otras, a la cual se les realiza a 135 consumidores del Cantón Tisaleo, provincia Tungurahua.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1.3.1.6. Análisis e interpretación de la Encuesta

1. Edad

Tabla 8. Pregunta 1. Edades

Edades	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 24 años	47	35%
De 25 a 29 años	40	30%
De 30 a 34 años	37	27%
De 35 a 39 años	7	5%
De 40 a 44 años	2	2%
De 45 a 49 años	0	0%
De 50 a 54 años	1	1%
De 54 a 59 años	1	1%
TOTAL	135	100%

Fuente: investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

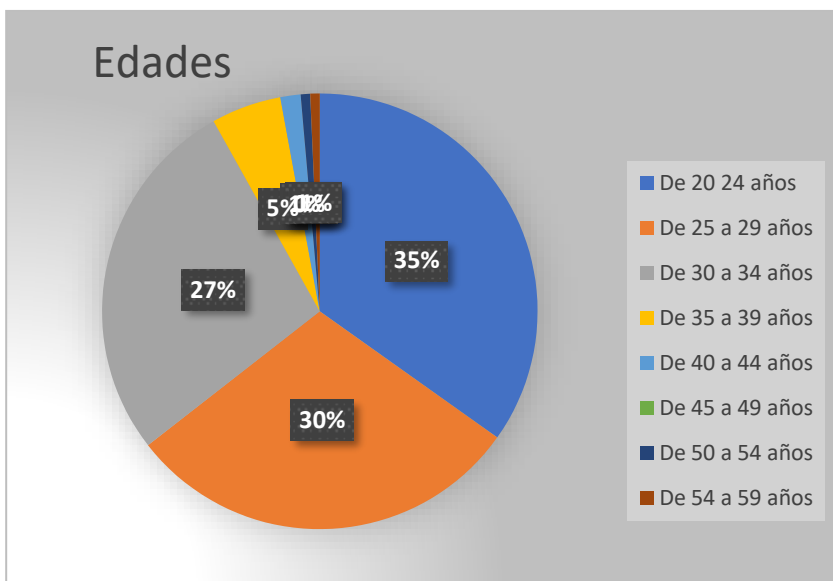


Gráfico 2.

Edades

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e interpretación

Las encuestas se realizaron ha hombres y mujeres ya que el uso de pulpa de mora es para todas las personas que deseen cuidar su salud y reducir tiempos en preparaciones tomando en cuenta que se tomó la edad desde 20 59 años de edad.

2. ¿Usted compra mora?

Tabla 9. Pregunta 2. ¿Usted compra mora?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	129	96%
NO	6	4%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

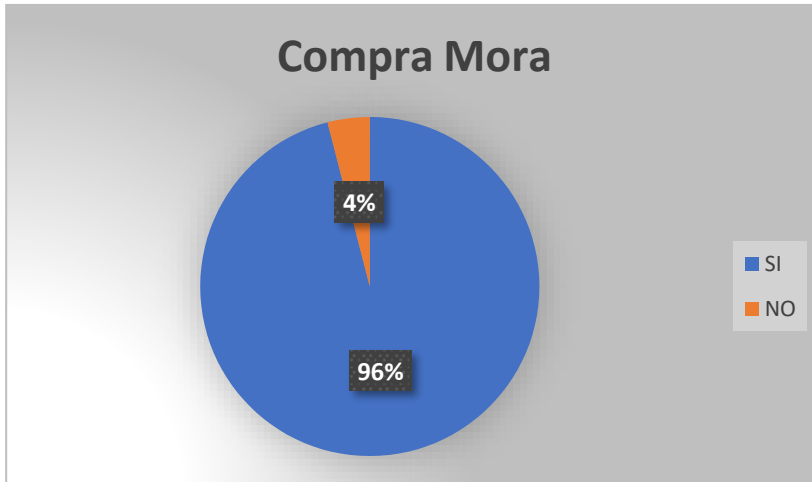


Gráfico 3.

¿Usted compra Mora?

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

De los 135 encuestados el 96 % manifiestan que, si compran mora, seguido con el 4 % que no compran mora, ya sea porque no les gusta o por alguna enfermedad.

3. ¿Con que frecuencia consume mora?

Tabla 10. Pregunta 3. *¿Con que frecuencia consume mora?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diario	8	6%
Semanal	75	56%
Quincenal	39	29%
Mensual	13	10%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

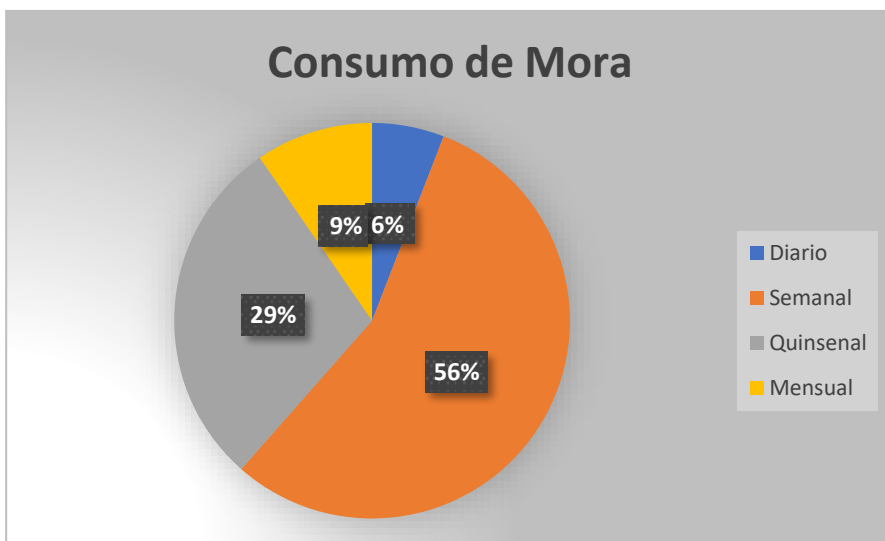


Gráfico 4,
 ¿Con que frecuencia consume mora?
 Fuente: investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

De los 135 encuestados sobre el consumo de la mora se obtuvo que el 6% tiene un consumo diario, el 9% realiza un consume mensual, el 29% es quincenal y el 56% es un consumo semanal dándonos a entender que cada semana se compra cierta cantidad de mora para el consumo de los hogares.

4. ¿La mora que usted ha comprado se le ha llegado a dañar?

Tabla 11. Pregunta 4. ¿La mora que usted ha comprado se le ha llegado a dañar?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	97	72%
NO	38	28%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco



Gráfico 5.

¿La mora que usted ha comprado se le ha llegado a dañar?

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos sobre el daño de la mora al ser adquirida los resultados nos manifiestan que de las 135 encuestas realizadas al 36% no se le llega a dañar la mora y el 64% se le daña la mora, esto se da a que muchos guardan la mora para ser utilizada en días posteriores a su compra y a las personas que no se le daña la mora es debido a que es un consume inmediato.

5. ¿Usted ha consumido pulpa de mora?

Tabla 12. pregunta 5. *¿Usted ha consumido pulpa de mora?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	87	64%
NO	48	36%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

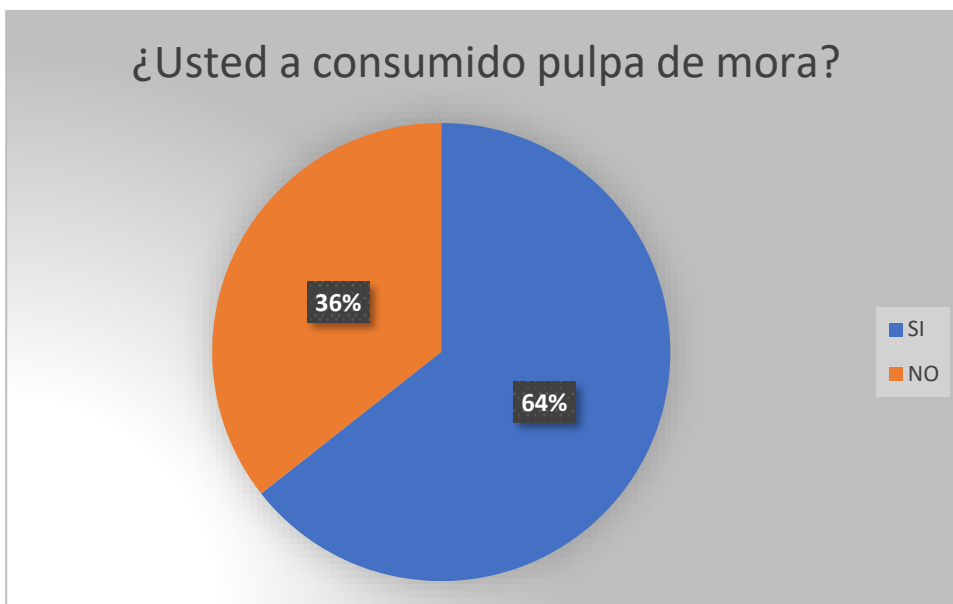


Gráfico 6.

¿Usted ha consumido pulpa de mora?

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Según los datos obtenidos del consumo de pulpa de mora podemos manifestar que el 64% de las personas conocen y han consumido la pulpa de mora y el 36% no consume la pulpa de mora, siento esto muy importante para nuestra producción en pulpa de mora del cantón Tisaleo.

6. ¿Usted usualmente donde compra su pulpa de mora?

Tabla 13. pregunta 6. *¿Usted usualmente donde compra su pulpa de mora?*

Consumo	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	19	14%
Supermercados	67	50%
No compro pulpa	49	36%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

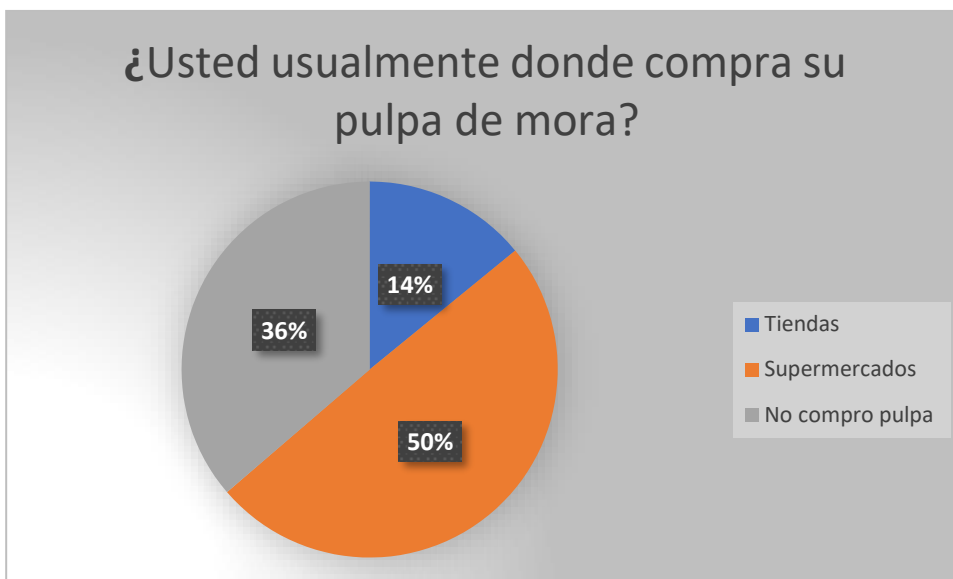


Gráfico 7.

¿Usted usualmente donde compra su pulpa de mora?

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos al encuestar donde compran la pulpa de mora las personas que consumen nos dan los siguientes valores, el 50% compra la pulpa en el supermercado, el 14% en tiendas, y el 36% no consume pulpa de mora, esto dándose a que muchas personas prefieren contar con la fruta.

6.1. ¿Cuál es su experiencia al consumir pulpa de tiendas o supermercados?

Tabla 14. *Pregunta 6.1. ¿Cuál es su experiencia al consumir pulpa de tiendas o supermercados?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No es 100% pulpa	54	40%
Es 100% pulpa	20	15%
En jugos tiene un sabor artificial	11	8%
No compro pulpa	50	37%
TOTAL	135	100%

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

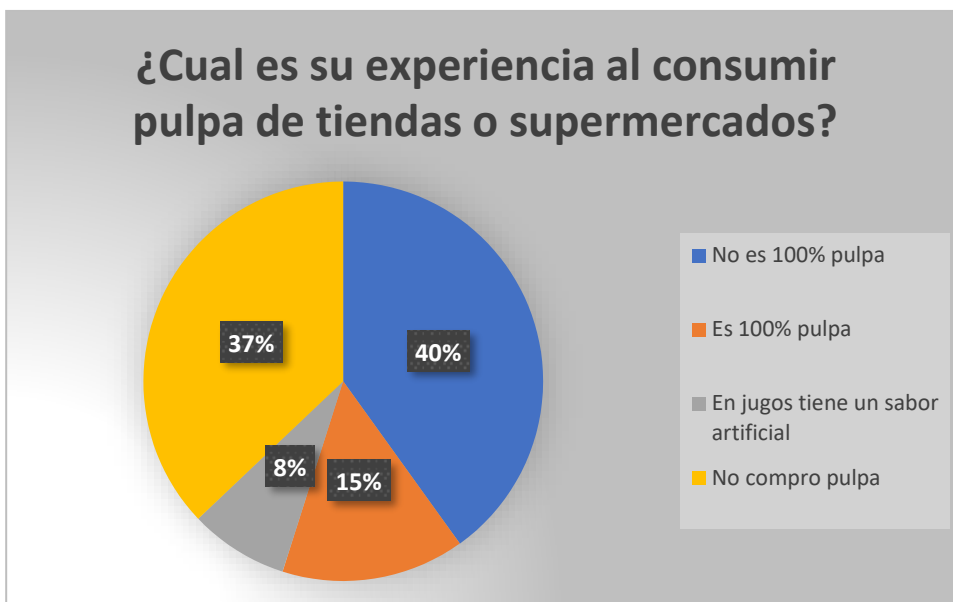


Gráfico 8.

¿Cuál es su experiencia al consumir pulpa de tiendas o supermercados?

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

La experiencia del consumo de pulpa de mora de las personas encuestadas el 40% opina que no es 100% pulpa, el 15% dice que si es pulpa pura y el 8% nos manifiestan que la pulpa tiene un sabor artificial y el 37% no consume pulpa y prefiere tener la fruta para realizar los jugos con más concentración y espesor.

7. ¿Sabía usted que la pulpa de mora procesado puede durarle hasta 3 meses?

Tabla 15. *Pregunta 7. ¿Sabía usted que la pulpa de mora procesado puede durarle hasta 3 meses?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	
SI	13	10%	
NO	122	90%	
TOTAL	135	100%	

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

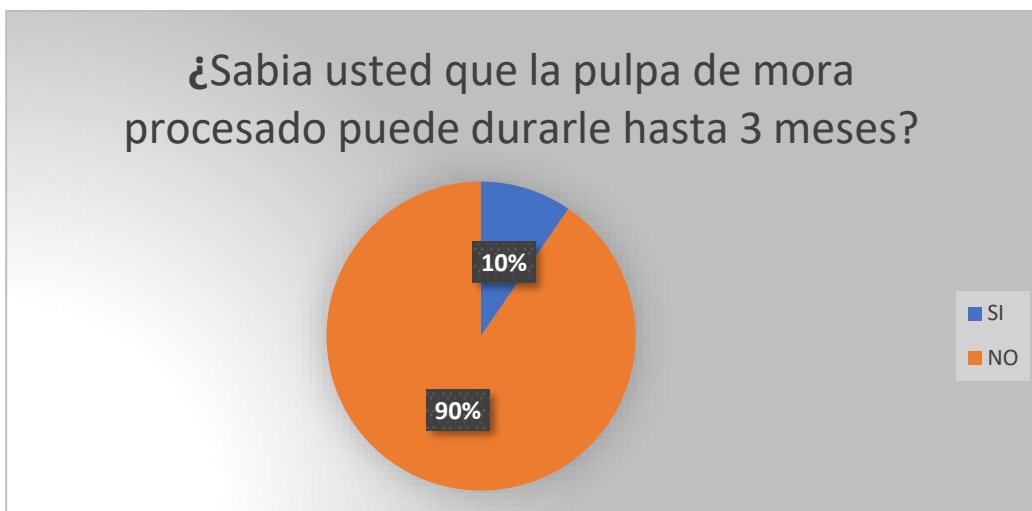


Gráfico 9.

¿Sabía usted que la pulpa de mora procesado puede durarle hasta 3 meses?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos sobre el conocimiento que tienen las personas sobre el tiempo de duración de la pulpa de mora para consumir s del 90% no conoce el tiempo y el 10% conoce el tiempo que dura la pulpa de mora para ser consumida.

8. ¿Qué cantidad de pulpa le gustaría adquirir en sus compras?

Tabla 16. *Pregunta 8. ¿Qué cantidad de pulpa le gustaría adquirir en sus compras?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	
500g	99	73%	
750g	36	27%	
TOTAL	135	100%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

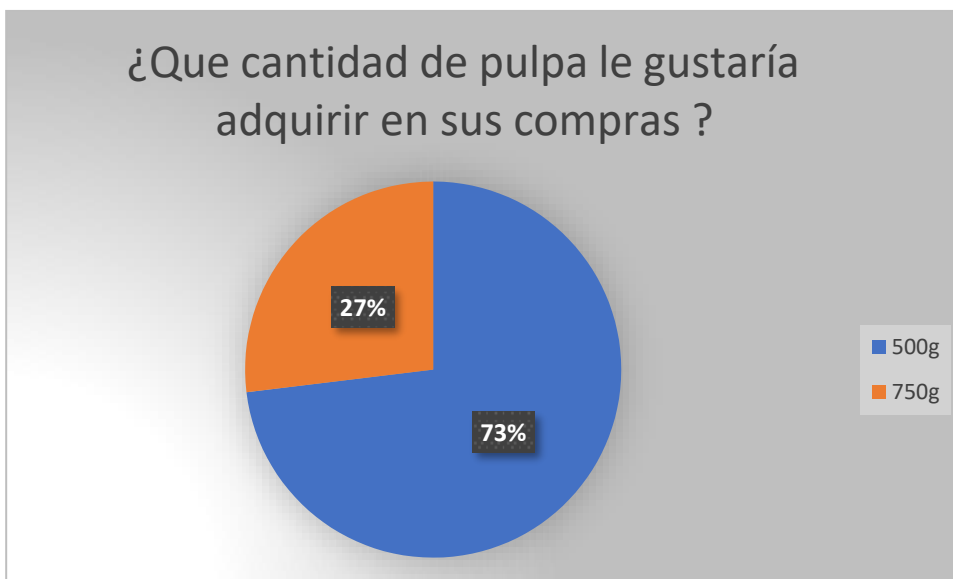


Gráfico 10.

¿Qué cantidad de pulpa le gustaría adquirir en sus compras?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos sobre cuantos gramos de pulpa desearían adquirir en sus compras y el 73% opto por 500g y el 27% opto por 750g, dando a entender que los 500g serian la mejor presentación para el mercado.

8.1. Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g, c y d hacen referencia a 750g.

Tabla 17. *Pregunta 8.1. Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g, c y d hacen referencia a 750g.*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	
\$ 1,50	63	47%	
\$ 2,00	46	34%	
\$ 2,50	15	11%	
\$ 3,00	11	8%	
TOTAL	135	100%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g , c y d hacen referencia a 750g.

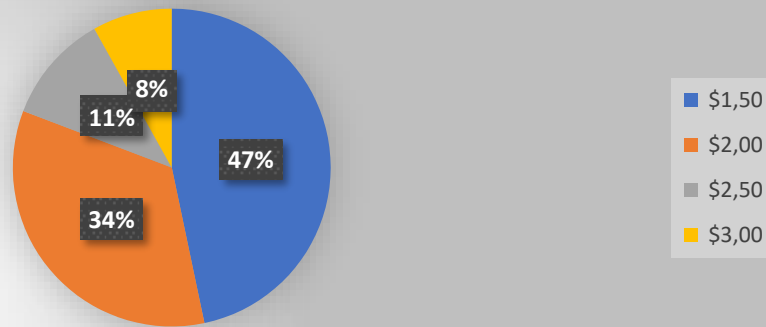


Gráfico 11.

Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g, c y d hacen referencia a 1000g.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Al realizar la consulta sobre los precios de su preferencia y lo que le gustaría pagar al cliente es de \$1.50 con el 47% haciendo referencia 500g y en 750g siendo la más alto el 11% haciendo referencia a 2.50, tomando en cuenta estos valores para la producción y opciones para realizar la venta del producto en el mercado.

9. ¿Qué le motivaría a usted a consumir la pulpa de mora?

Tabla 18. Pregunta 9. ¿Qué le motivaría a usted a consumir la pulpa de mora?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precios	1	1%
Calidad	51	38%
Nutrición	81	60%
Diseño	2	1%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

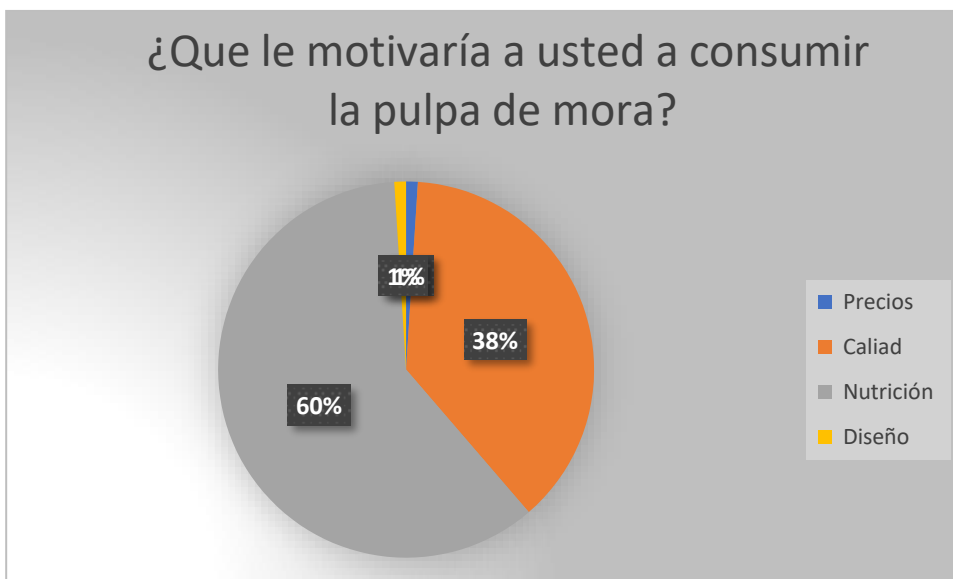


Gráfico 12.

¿Qué le motivaría a usted a consumir la pulpa de mora?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Según los datos obtenidos sobre él porque consumirían la pulpa de mora tenemos como principal la nutrición con el 60% y como segundo puesto esta la calidad siendo las dos principales importancias para producir la mora ya que si nos enfocamos en la nutrición sería un punto muy importante para el consumidor.

10. ¿De las redes sociales que existen, cual es el de su preferencia?

Tabla 19. Pregunta 10. *¿De las redes sociales que existen, cual es el de su preferencia?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	67	50%
Twitter	3	2%
WhatsApp	64	47%
YouTube	1	1%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco



Gráfico 13.

¿De las redes sociales que existen, cual es el de su preferencia?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Según los datos obtenidos de las redes sociales, se llegó a la conclusión de que la red social más utilizada es Facebook con un 50%, seguido de 47% de WhatsApp, dándonos a entender que esas son las redes sociales en las que deberíamos enfocarnos para comercializar el producto.

11. ¿De acuerdo al material, como considera usted que se debería vender la pulpa?

Tabla 20. *Pregunta 11. ¿De acuerdo al material, como considera usted que se debería vender la pulpa?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Envases de plásticos	89	66%
Envases de Vidrios	46	34%
TOTAL	135	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

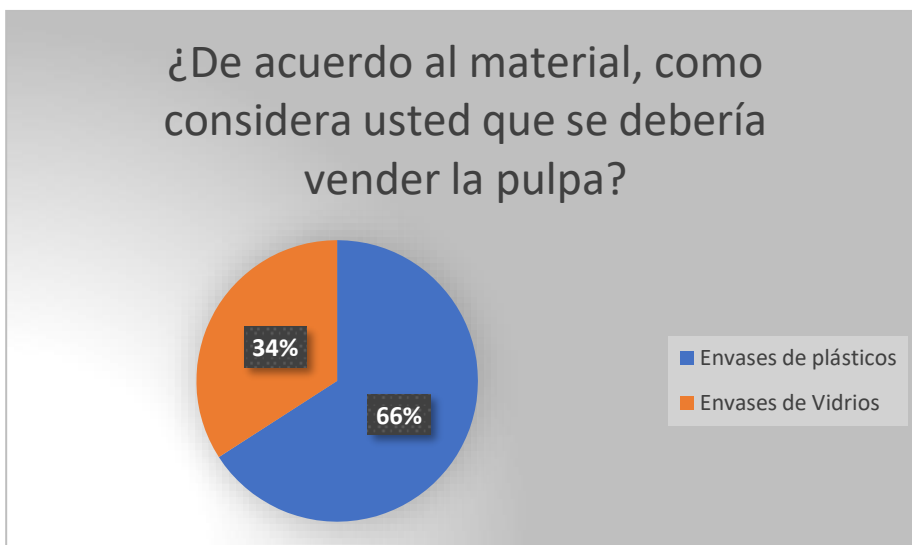


Gráfico 14.

¿De acuerdo al material, como considera usted que se debería vender la pulpa?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada para saber la opinión de las personas sobre los envases de preferencia para la comercialización de la pulpa de mora se obtuvo que el 66% prefiere que la Pulpa se comercializada en envases plásticos y el 34% en envases de vidrio.

1.3.2. Demanda Potencial

Es un volumen máximo que pretende alcanzar un producto o servicio con unas condiciones y tiempos determinados expresándolos en unidades físicas o monetarias, donde se determina los precios, renta preferencias donde se realiza el esfuerzo comercial al máximo para obtener las preferencias de los consumidores (Pazmino, 2018).

Demanda de Personas

Al realizar la demanda de las personas se optó por el análisis de la pregunta 6 sobre el consumo de la pulpa de mora, obteniendo los resultados siguientes:

Tabla 21. *Demanda de Personas*

DEMANDA DE PERSONAS		
Pregunta 6. Consume pulpa de mora		
Variables	Descripción	Valor
Población	personas de 20 a 59 años	7019
si	Demanda	64%
		4492

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Realizando el análisis de la pregunta 6 sobre el consumo de la pulpa de mora se determinó la demanda del producto en las personas, donde las encuestas realizadas a los habitantes de 20 a 59 años de edad representando las 7.019 personas del cantón Tisaleo han indicado que el 64% consume pulpa de mora, lo cual se obtiene la cantidad de 4492 personas interesadas en la compra de la pulpa de mora, lo que convierte a estos datos en una demanda del producto final.

Tabla 22. *Proyección de la Demanda Potencial*

Año	T.C.P	Demanda Potencial de personas
2022		4492
2023	1,26%	4549
2024	1,26%	4606
2025	1,26%	4664
2026	1,26%	4723
2027	1,26%	4782

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

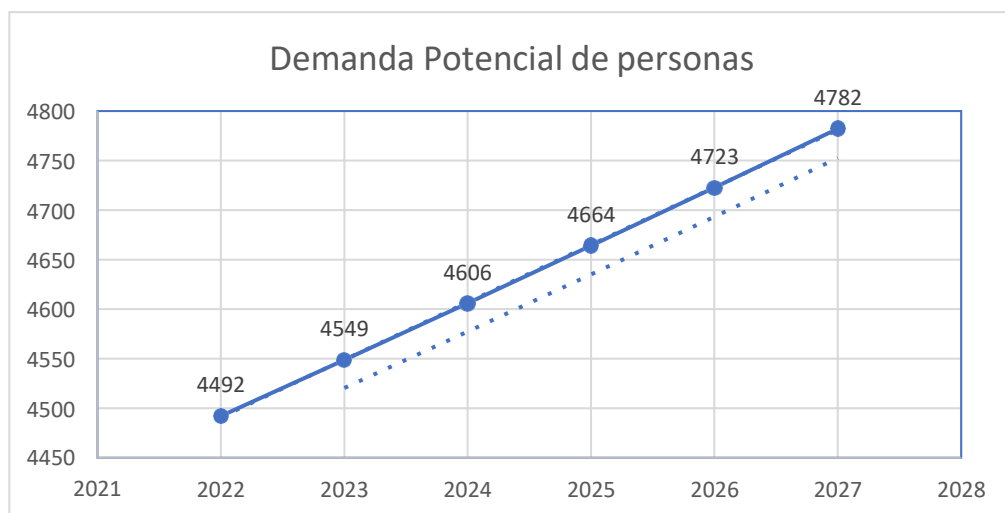


Gráfico 15.
Demanda Potencial de Personas
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En el Grafico presentado se visualiza que el 2022 existe 4492 personas que consumen el producto en diferentes marcas lo que se presenta una proyección de 5 años donde se observa para el 2027 se pretende alcanzar las 4782 personas consuman pulpa de mora de la marca presentada por la organización.

Demanda del Producto

Tabla 23.

Demanda del Producto

Variables	Personas de 20 a 59 años	Valor	Demanda del producto	Frecuencia Anual	Demanda del producto anual
500g	4492	73%	3279,16	12	39349,92
750g	4492	27%	1212,84	12	14554,08
Total		100%	4492		53904

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Al realizar la tabla de la demanda del producto se observa que el producto con más demanda es de 500g con una proyección anual dándonos 39349.92 pulpas de mora de 500g.

Proyección de la demanda potencial del producto

Tabla 24. *Proyección de la demanda de productos.*

Año	Demanda potencial de productos	TCP
2022	39349,92	
2023	39845,73	1,26%
2024	40347,79	1,26%
2025	40856,17	1,26%
2026	41370,95	1,26%
2027	41892,23	1,26%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

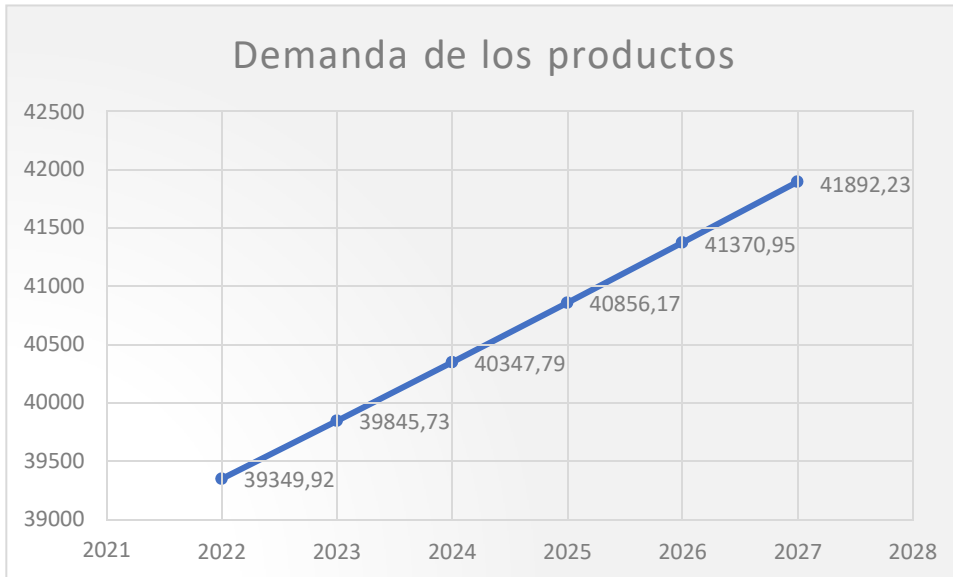


Gráfico 16.
Proyección de la demanda de productos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En el gráfico 6. Se observa la proyección de la demanda del producto y con una visualización de años donde vemos que cada periodo tiene su valor calculado dando como resultado 41892,23 en los próximos 60 meses.

1.4. Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.4.1. Análisis del Micro Ambiente

El micro ambiente hace referencia a todos los factores que afecta a la toma de decisiones, además de conocer el rendimiento empresarial, correspondiente al entorno interno de una empresa, para ello se analiza las 5 fuerzas de Porter que permite identificar los factores del mercado y haciendo énfasis en la toma de decisiones.

Según Porter, existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo de plazo de un mercado, evaluando sus objetivos y recursos presentados (Herrera & Baquero , 2018).

1. Amenaza de los nuevos competidores

Los nuevos competidores se refieren el instalar pequeños negocios, esto convirtiéndose como los nuevos competidores del mercado para ello se manifiestan barreras muy importantes como la economía de escalas, diferenciación del producto, Inversiones de capital, Barreras legales e identificación de marca, con la finalidad de poder mejorar o aumentar las ventas.

Al presentarse nuevos competidores se toma en cuenta los precios, calidad, permisos lo que hace permite que los nuevos competidores no puedan continuar ya que para realizar la elaboración de

la pulpa de mora se requiere de normas de calidad y contar con el establecimiento adecuado para la producción, al presentarse los nuevos competidores y no tener un precio dentro de lo que establece puede desestabilizar al mercado.

2. Rivalidad entre competidores

Al mencionar la rivalidad se hace énfasis en una corporación ya que sería más difícil competir dentro de un mercado o donde ya existan segmentos de los competidores estén bien posesionados, presentándose una guerra de precios, campañas, publicidad agresiva entre otros. La rivalidad de los competidores se da por lograr un reconocimiento de su producto en el mercado donde uno ofrece mejores precios, promociones entre otro, lo que en la pulpa de mora se puede presentar por la producción que se está obteniendo en diferentes provincias del Ecuador.

3. Poder de Negociación de los proveedores

Tener el poder para realizar una negociación es una amenaza de la industria realizada por los proveedores, en un mercado o segmento en el mercado y no es muy agradable cuando los proveedores se encuentran muy organizados y tengan recursos y puedan imponer condiciones como precios y tamaño de pedido.

Los proveedores para realizar la pulpa de mora son los mismos habitantes del cantón Tisaleo, los que están dispuestos a ser los que entreguen la materia prima a precios convenientes, sabiendo que es una gran oportunidad para su cantón.

4. Poder de negociación de los clientes

El negociar con los clientes, es un poder importante considerando que son la parte fundamental de la empresa, al cliente hay que captar su atención y recibir del cliente su preferencia por la empresa.

Al realizar la negociación con los clientes es importante, sabiendo que el cliente debe conocer la calidad del producto, la forma de elaboración, las ventajas al conocer todo esto el cliente debe sentirse seguro de lo que está adquiriendo y esto depende del negociador con la seguridad y conocimientos con la que se presente al consumidor.

5. Amenaza de servicios y productos sustitutos

La competencia actualmente se encuentra muy fuerte en los mercados, donde se presentan productos similares, que cumplan la misma función que el otro, esto se presenta por las industrias, entre esta amenaza de los productos sustitutos también se presenta el producto terminado y a precios más convenientes, lo que logra que el mercado se estabilice.

Al presentarse productos sustitutos para la pulpa de mora se debe tomar en cuenta la calidad y la naturaleza del mismo, donde el cliente debe conocer dentro de esto está la importante presentación del negociador sobre la calidad y el beneficio de la mora lo que lograra que no opten por los productos sustitutos.

1.4.2. Análisis Macro ambiente

El macro ambiente afecta a todas las organizaciones es decir son cambios que no dependen de una organización ya que no pueden controlarse por unos directivos se conforman por las fuerzas del macro entorno, no guardan una relación causa-efecto lo que da forma a las oportunidades o amenazas que se presenten para la empresa de tal manera que se analiza la toma de decisiones en el mercado (Santesmases Mestre, 2015).

Análisis del Entorno PEST

Entorno Político

El análisis del entorno político, es fundamental para la realización de actividades empresariales, donde se repercute directamente en su desenvolvimiento, ocasionando oportunidades y amenazas las que deben ser identificadas a tiempo, con el propósito de tomar medidas que permiten anticipar y preparar de mejor manera para tomar una decisión (Sánchez Quezada & León Serrano , 2018).

Ecuador es un país mega diverso y cuenta con las mejores producciones de fruta lo que se lograría competir con países extranjeros al presentar productos ecuatorianos y de buena calidad, la mora es una de las frutas más cultivadas en Tungurahua, con uno de las mejores producciones, y con una gran variedad para obtener productos terminados.

Entorno Económico

Ecuador en la actualidad está atravesando una crisis económica debida a la presencia de la pandemia y déficit de anteriores mandatarios, no siento esto una oposición para el ecuatoriano, en especial para el agricultor que día a día trabajan para la producción de frutas, verduras, hortalizas, también vistos afectados por la situación actual, además de transportistas, empresas públicas y privadas, entre otros.

Inflación

En el año 2021 la inflación acumulada llego al 1.94%, la inflación se manifiesta que el diciembre del 2021, respecto a noviembre del 2021 fue de 0.7% y en el anual de diciembre de 2021 y diciembre del 2020 alcanzo el 1.94%

PIB

Según los datos actualizados del (Banco Central del Ecuador , 2021), el producto interno bruto (PIB), registra un crecimiento interanual de 3.55%, con una recuperación de 7.75% a comparación del 2020, lo que esta actualización refleja el crecimiento del PIB a comparación al 2.8% Proyectada, este crecimiento se debe al plan de vacunación que se plantío dicho año lo que se ha convertido en un éxito.

Entorno Social

Las contrataciones reservadas a las medidas pequeñas los actores de la economía popular y solidaria se relaciona a programas de asistencia social dentro de ellas tenemos las unidades educativas, programas alimenticios, para obtener la protección social como el beneficio de empleado es determinante de la calidad de su empleo, en Ecuador la afiliación de seguridad Social es obligatoria para todos los empleados, sin embargo, hay muchos en la población que no cuentan con el beneficio presentado. (INEC, 2017).

Entorno Tecnológico

La tecnología para los ciudadanos, el ministerio de Telecomunicaciones y la sociedad de la información promueve el desarrollo de los servicios tecnológicos, haciendo énfasis en el internet como el medio de comunicación más importante en la actualidad ya que de esta manera se realiza clases virtuales en la actualidad lo que permite que los niños y jóvenes no se queden estancados en sus estudios, y para las empresas la tecnología ha ayudado de una manera muy primordial no solo en la parte de fabricación con los equipos más actualizados que permiten la reducción de tiempos en el proceso del producto y en la parte administrativa teniendo un contacto con los empleados y clientes mediante la comunicación del internet (Ministerio de Telecomunicaciones , 2020).

Matriz de evaluación del Factor Externo (EFE)

Según (Torres Hernandez , 2015) es un formato que nos indica las técnicas utilizadas para conocer el entorno externo que incluye las oportunidades y amenazas evaluadas con ponderación, y escala de medición, lo que a continuación presentaremos.

Tabla 25. *Matriz de Factor Externo (EFE)*

Matriz (EFE)	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Buena Relación con los clientes	0,12	4	0,48
Empleados comprometidos con el trabajo	0,09	3	0,27
Poder negociar con los productores del Cantón	0,1	3	0,3
Apoyo para aplicación de la planta procesadora por las autoridades	0,12	4	0,48
Tendencia del uso de las redes sociales para promocionar el producto.	0,08	2	0,16
Amenazas			
Competencia	0,07	3	0,21
Plagas presentadas en los cultivos de mora	0,09	4	0,36
No aceptación del producto en el mercado	0,12	3	0,36
Inestabilidad en la situación económica y política	0,12	3	0,36
Cambios de políticas para la producción y comercialización del producto	0,09	3	0,27
TOTAL	1		3,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En la tabla de la matriz EFE se presenta las oportunidades y amenazas del entorno externo donde se obtuvo el 3.25 de peso ponderado, encontrándose sobre el peso promedio general.

Factor de evaluación del factor interno (EFI)

Para (Torres Hernández, 2015) la matriz de EFI se encarga de evaluar e identificar las fortalezas y debilidades siendo una mecánica clave para definir áreas fundamentales para la organización, la matriz de factor interno es una técnica que resulta valiosa para las estrategias, donde se detectan las ponderaciones y calificaciones que proporcionan información.

Tabla 26. *Matriz EFI*

Matriz (EFI)	Peso	Calificación	Peso Ponderado
---------------------	-------------	---------------------	-----------------------

Fortalezas

Materia prima de buena calidad	0,12	4	0,48
Contar con el equipo de máquinas para la producción necesaria	0,12	3	0,36
Producto con beneficios nutricionales	0,07	3	0,21
Productores directos de la zona	0,08	3	0,24
Personal Capacitado	0,12	3	0,36

Debilidades

Recursos Económicos limitados	0,1	2	0,2
No tener los conocimientos adecuados para la elaboración de la pulpa de mora	0,12	2	0,24
No contar con una infraestructura amplia	0,08	1	0,08
Falta de publicidad	0,07	1	0,07
No contar con el control de calidad adecuado	0,12	2	0,24

TOTAL **1** **2,48**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En la siguiente tabla de la matriz MEFI se menciona el promedio de ponderación obtenido que es de 2.48 lo que indica que está dentro del promedio general.

Análisis de la Matriz de Perfil Competitivo

La matriz de perfil competitivo (MPC) nos permite identificar completamente a los competidores de una organización determinada, las estrategias y determinar los aspectos o factores internos que se instauran a las fortalezas y debilidades, sabiendo si apuntan al éxito o no (Suarez Amaya , Díaz Barrios , & Perreira Brugos , 2021).

Tabla 27. Matriz de Perfil Competitivo

Matriz (MPC) Factores de éxito de la competencia	Pulpas Mocha			Pulpas Cevallos	
	Valor	Calif.	V. ponder	Calif.	V ponder.
Promoción Y Publicidad	0,15	2	0,3	3	0,45
Productos naturales	0,15	2	0,3	2	0,3
Productos de Calidad	0,2	4	0,8	4	0,8
Precios accesibles	0,15	3	0,45	3	0,45
Presentación del producto	0,2	3	0,6	2	0,4
Enfoque en la atención al cliente.	0,15	4	0,6	3	0,45
TOTAL	1		3,05		2,85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En el análisis de la matriz MPC se identifica a las competencias, como Pulpas realizadas en Mocha y Cevallos se identificó a cada una de ellas su ponderación pulpas de Mocha tiene una ponderación de 3.05 y Pulpas Cevallos con una ponderación de 2.85, con ello se llega a la conclusión que la mayor competencia es las pulpas de Mocha

1.4.3. Proyección de la oferta

Al presentar las ofertas hay que tener en cuenta los aspectos fundamentales a presentar, primero buscando las razones que van a llevar a cabo a los clientes potenciales que van adquirir los productos (Villanueva & Toro, 2017).

Al realizar la Proyección de la oferta se tomará en cuenta las ventas anuales de las empresas competidoras.

Tabla 28. *Oferta de Competencia*

OFERTA	
Competencia	Ventas anuales
Pulpas de Mocha	40.000
Pulpas de Cevallos	30.000
Total	70.000
Promedio	35.000

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 29. *Proyección de la oferta mensual y anual de la competencia*

Año	Unidades mensuales	Unidades anuales	TCP
2022	2.917	35.000	1,26%
2023	2.953	35.441	1,26%
2024	2.991	35.888	1,26%
2025	3.028	36.340	1,26%
2026	3.066	36.798	1,26%
2027	3.105	37.261	1,26%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Al presentar las tablas 28 y 29 se observa que la oferta se basa en las ventas anuales que realizan las empresas competidoras con la finalidad de obtener un valor promedio, dando como resultado 35.000ventas anuales.

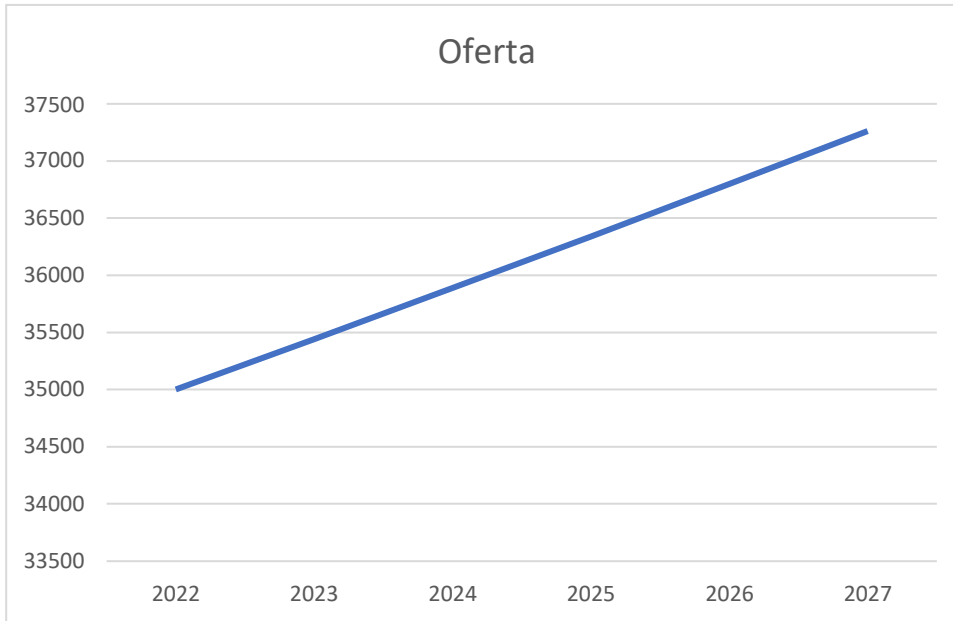


Gráfico 17.
 Proyección de la oferta potencial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

El DPI son demandas donde no se llega a cubrir demandas no atendidas es decir que el consumidor no recibe el producto solicitado o la demanda es atendida pero el cliente queda insatisfecho, para obtener la oferta y la demanda es mediante la resta de la oferta y demanda $DI = O - D$ (Campoverde, 2017).

Tabla 30. Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI/anual
2022	39350	35000	4350
2023	39846	35441	4405
2024	40348	35888	4460
2025	40856	36340	4516
2026	41371	36798	4573
2027	41892	37261	4631

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco

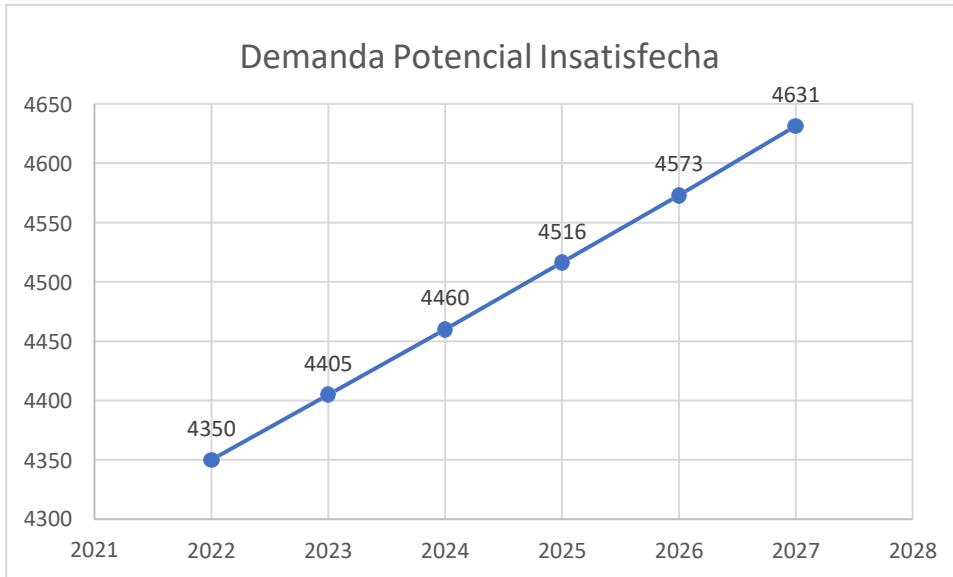


Gráfico 18.
Demanda Potencial Insatisfecha
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco

Según el análisis realizado de la demanda potencial insatisfecha podemos manifestar que la demanda presentada anual es para el año actual 2022 de 4.350, para el 2023 es de 4.005, para el 2024 es de 4.460, para el 2026 es de 4.573 y para el año 2027 es de 4.631 productos

1.6. Diseño de Marca

Marca

Según (Toro & Villanueva , 2017), “marca es aquella identificación que, en la mente de los consumidores representa un producto o conjunto de productos, servicios con unas características diferenciales”.

Tisaleo es un cantón lleno habitantes que se dedican a la producción de mora de castilla y fresa de la más alta calidad a 3.247msnm, hablamos de las moras (*Rubus glaucus*) una fruta silvestre por el origen, lo que hace referencia al nombre designado a producto como “Frutas Silvestres” nombre de la marca propuesta por la tesis de: (Teneda , Optimización del proceso de producción de pulpa de mora para los agricultores del cantón Tisaleo, 2021).

Logotipo

“El logotipo permitirá que el producto se identifique de tal modo que los receptores asocien el producto ofrecido por la empresa fácilmente; se deben considerar los siguientes criterios para su creación: sencillo, práctico, consistente, armónico, coherente, único, memorable

y de fácil reconcomiendo, adaptable, sustentable (laslaminas.es, 2010).” (Teneda , Optimización del proceso de producción de pulpa de mora para los agricultores del cantón Tisaleo, 2021).



Ilustración 1.
Logotipo del Producto

Slogan

“Un slogan es una frase corta que busca representar una marca para promover la rápida identificación y memorización de sus productos y servicios por los consumidores (Baltazar, 2019). Se ha seleccionado como slogan la frase “Deliciosamente Orgánico” determinando en el mismo el sabor y calidad del producto desde el proceso de sembrado y cultivo garantizando un producto saludable acorde a la normativa e internacional vigente (Teneda , Optimización del proceso de producción de pulpa de mora para los agricultores del cantón Tisaleo, 2021).

1.7. Estrategia de Marketing

Las estrategias de marketing se establecen con las 4 P’s, donde se define el producto, precio, Plaza, Producción que permite que la empresa se centre en recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener las ventajas respecto de las competencias.

Producto

Según (Feijoo Jaramillo, Guerrero Jirón , & García Regalado , Marketing Aplicado en el sector empresarial , 2018)“El producto es el bien o servicio que adquiere el consumidor para satisfacer sus necesidades. Actualmente los consumidores pueden elegir una gran variedad de productos que pueden cubrir las mismas necesidades y cuyas características y precios son muy similares”.

Tabla 31. Beneficios del Producto

Atributos	Beneficios
Vitamina A	Ayuda a la formación y mantenimiento de dientes, tejidos blandos y óseos. Forma proteínas importantes para producir los tendones, los ligamentos,
Vitamina C	además de sanar heridas y formar tejidos cicatriciales y ayuda a la absorción del hierro.
Vitamina E	Ayuda al sistema inmune, en la formación de glóbulos rojos y ensancha los vasos sanguíneos para evitar que la sangre se coagule.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Precio de Venta

Según (Sánchez de Puerta , 2019) el precio es una variable muy valorada, es necesario y recomendable realizar un estudio de la competencia para conocer el rango general de los precios del mercado y tomar la decisión de fijación de precios del producto.

Para el análisis del precio de la pulpa de mora “frutas silvestres” se conoció los precios de la competencia y se pudo conocer que el producto que se presenta al mercado cuenta con un precio al alcance del consumidor.

Tabla 32. Precio Venta Público

Producto	Precio Distribuidor	PVP
Pulpa de mora	1.25	\$1.50

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Julisa Velasco

Plaza

Según (Sánchez de Puerta, Fundamentos del plan de marketing en marketing , 2019, pág. 68) “plazo es una de las variables del marketing mix que, cuando es aplicada al medio digital difiere en ciertos elementos, además hace referencia a la forma en la que se ponen los productos o servicios a disposición de los clientes”.

Frutas silvestres se establecerá la comercialización en el cantón Tisaleo donde será el primer punto de distribución con el objetivo de lograr la comercialización en todos los cantones de la provincia de Tungurahua, encontrando la pulpa de mora en supermercados como Al Kosto, Mi Caserita, Comercial Huachi Grande y la planta principal en Tisaleo.

Promoción

Al realizar las promociones del producto hacia el consumidor tiene como objetivo analizar los comportamientos de compra que tienen los consumidores lo que nos va ayudar a realizar promociones para que la elección sea hacia el producto indicado.

- La primera estrategia se realizará en la red social Facebook.
- Al presentar el producto al mercado se les dará un descuento del 15% por ser su primera compra.
- Se realizará una oferta para los sub distribuidores donde puedan tener más rentabilidad para las ventas.

1.8. Publicidad que se realizara

La publicidad que se realizará para la comercialización de la pulpa de mora se dará por los medios de comunicación, redes sociales y páginas web donde el objetivo principal es lograr la captación de las personas y lograr que la pulpa de mora sea no solo conocida a nivel cantonal, sino a nivel nacional.

Tabla 33. Publicidad que se realizará

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	MEDIO PUBLICITARIO	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Establecer campañas en redes sociales	Dar a conocer al público sobre el producto	El público captado sea de distintas ciudades logrando la expansión del producto	Facebook	1 mes	Administrador	Número de personas captadas /mes por 100
Manejar la página web del Cantón Tisaleo	presentar el producto a todos los visitantes de la pagina	Dar a conocer el producto a todos los visitantes del foro, estableciendo más visitas al cantón por medio del internet	Blog del GAD de Tisaleo	1 año	GAD	Número de visitantes / 1 año * 100
Comunicar a la comunidad Tisaleña la comercialización de la pulpa de mora	Realizar la información a través de canales de comunicación	Obtener la captación de todos los habitantes con la finalidad que la noticia sea esparcida para el consumo de pulpa de mora	Radio, Televisión	1 mes	Locutor	Personas captadas/ medio de comunicación

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Julisa Velasco

1.9. Canales de Distribución

Una canal de distribución es la forma en la que un producto llega del fabricante al consumidor final para indicar la forma adecuada se indica el canal indirecto donde el fabricante deja la venta del producto a intermediarios como son acopiadores, distribuidores, mayoristas, comercios minoristas.

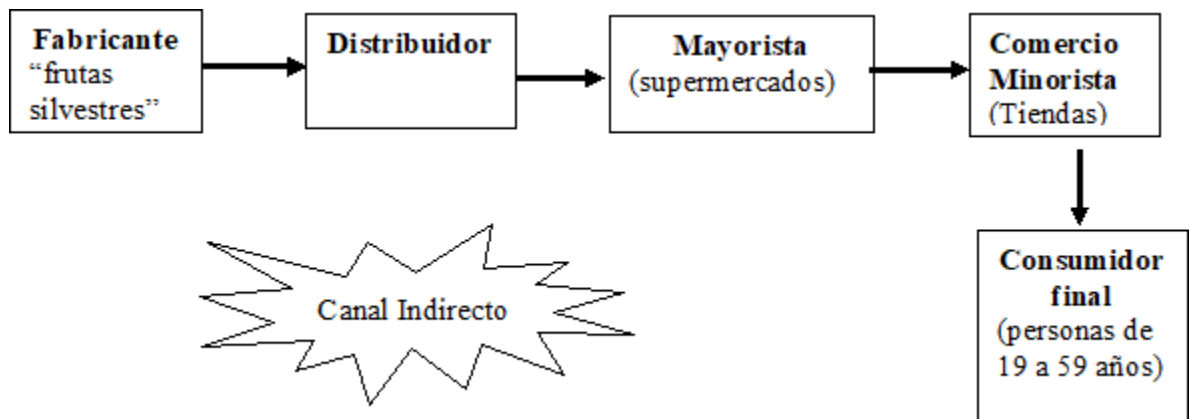


Gráfico 19.

Canales de Distribución

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Julisa Velasco

1.10. Seguimiento de clientes

Para tener un correcto seguimiento de los clientes que accedan a la compra de la pulpa de mora, siendo los mismos que calificaran al producto para que de esta manera se aumente la producción y las ventas cumpliendo con las expectativas del consumidor obteniendo su fidelidad en las compras, para ello se establecerá puntos clave como:

1. Enfocarse en el cliente aun después de la venta.
2. Realizar un ataque preventivo, visitas seguidas después de la venta para saber el movimiento del producto.
3. Apuntar datos del cliente como: nombre y apellido, cedula, teléfono, correo y la dirección

del negocio.

4. Llegar a una oferta especial para captar la atención de nuevos clientes
5. El personal debe ser amable y ganarse la confianza del comprador.
6. Mantener contacto con el cliente, donde se le informara actualizaciones y mejoras del producto.

1.11. Especificar mercados alternativos.

Los mercados alternativos que se pueden establecer para la comercialización de pulpa de mora a corto o largo plazo son la expansión del producto hacia el cantón Ambato, contando con una gran cantidad de habitantes y emprendedores, donde se realizara la comercialización de la pulpa ayudando de esta manera a que el producto no desaparezca del mercado.

Para establecer los mercados alternativos se debe acordar alianzas con los supermercados del cantón y de la provincia donde se puede colocar la pulpa de mora para su distribución como son supermercados Al Kosto, Mi caserita, Comercial Huachi Grande y la principal la planta de Tisaleo siendo unos de los supermercados con más comercialización en la provincia Tungurahua y del cantón Tisaleo.

CAPITULO II

2. Operaciones

2.1. Objetivo del Capítulo

Conocer la situación de la producción de mora para controlar la calidad y la demanda insatisfecha del producto.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

En el proceso de la elaboración de la materia prima como es la mora a el producto final que pulpa, se aplicado varias etapas productivas con la cual, garantizando de esta manera la calidad del mismo para lograr mencionada transformación se menciona lo siguiente

- Recepción de materia prima y pesado
- Selección de materia prima.
- Lavado de la materia prima
- Blanqueado de la materia prima
- Despulpado de la materia prima
- Regulación de acidez
- Adición del conservante
- Pasteurización
- Envasado
- Sellado
- Enfriado
- Almacenado - Congelado

Recepción de materia prima y pesado

En el proceso de materia prima se recibe la Mora de los productores de Santa Lucia, al recibir toda la materia de prima se procede a pesar la cantidad de materia prima para después evaluar la pérdida del producto en el proceso.

Selección de materia Prima

El proceso organoléptico de la selección de materia prima, consiste en identificar las moras que estén en mal estado, flácidas, demasiadas maduras o con plagas.

Lavado de la materia prima

En el proceso de lavado se toma las frutas ya seleccionadas y se las lava con abundante

agua.

Blanqueado de la materia prima

En el proceso del blanqueado se realiza un cálculo de 4:1 es decir por cada 4kg de mora se coloca un litro de agua, para el proceso es importante que este en punto de ebullición, después se coloca la mora en el agua y se deja por tres minutos.

Despulpado de la materia prima

En este proceso se obtiene la pulpa libre de cascara y semillas.

Regulación de acidez

Para el proceso de regulación de la acidez añadir ácido ascórbico 5 ppm para regular el pH a 3.5.

Adición del conservante

Para el proceso de Adición se toma en cuenta el peso de la mora para realizar los cálculos necesarios con la fórmula $(0.05 * \text{peso de pulpa}) / 100$, al obtener el resultado se mezcla el conservante con el azúcar con una relación de 1:4, después se añade a la pulpa y remover.

Pasteurización

El proceso de pasteurización se realiza para conservar el producto y eliminar microorganismos, se lleva la pulpa a punto de ebullición manteniendo esa temperatura de 1 a 3 min, se retira del fuego y con la ayuda de una cuchara se retira la espuma que se forma en la superficie de la olla.

Envasado

Una vez el producto listo, se realiza el proceso de envasado a una temperatura no menor a los 65°C y con pesos de acuerdo a la comercialización sea de 250g, 500g, 750g.

Sellado

Para el proceso de sellado hay que aislar del medio externo y evitar la contaminación, para ello debemos tomar la funda y en la parte superior cuatro dedos por encima de la pulpa se realiza el sellado.

Enfriado

Para realizar el enfriado se debe colocar el producto de forma horizontal y uniforme sin impurezas y se deja enfriar a una temperatura de 30°C.

Almacenado - Congelado

Al obtener el producto en su última etapa se les lleva a congelar por un periodo de 12 horas de manera horizontal para no dañar las presentaciones, y donde se las empiezan a almacenar y listos para la distribución.

Normativas

Para la elaboración y comercialización de la pulpa de mora se necesita la siguiente norma:

- Norma INEN - NTE INEN 2337:2008 En esta normativa se establecen los Requisitos que se deben establecer para jugos, pulpas, concentrados, néctar, bebidas de frutas y vegetales.

Ilustración 2.

Especificaciones para los jugos o pulpa de fruta

NTE INEN 2 337 2008-12

TABLA 1. Especificaciones para los jugos o pulpas de fruta

FRUTA	Nombre Botánico	Sólidos Solubles ¹⁾ Mínimo NTE INEN 380
Acerola	<i>Malpighia sp</i>	6,0
Albaricoque (Damasco)	<i>Prunus armeniaca L.</i>	11,5
Arándano (mirtilo)	<i>Vaccinium myrtillus L.</i> <i>Vaccinium corymbosum L.</i> <i>Vaccinium angustifolium</i>	10,0
Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>	4,8
Babaco	<i>Carica pentagona</i> Heilb	5,0
Banano	<i>Musa, spp</i>	21,0
Borojo	<i>Borjoea spp</i>	7,0
Carambola (Grosella china)	<i>Averrhoa carambola</i>	5,0
Claudia ciruela	<i>Prunus domestica L.</i>	12,0
Coco (1)	<i>Cocos nucifera L.</i>	5,0
Coco (2)	<i>Cocos nucifera L.</i>	4,0
Durazno (Melocotón)	<i>Prunus pérsica L.</i>	9,0
Frutilla	<i>Fragaria spp</i>	6,0
Frambuesa roja	<i>Rubus idaeus L.</i>	7,0
Frambuesa negra	<i>Rubus occidentalis L.</i>	11,0
Guanábana	<i>Anona muricata L.</i>	11,0
Guayaba	<i>Psidium guajava L.</i>	5,0
Kiwi	<i>Actinidia deliciosa</i>	8,0
Litchi	<i>Litchi chinensis</i>	11,0
Lima	<i>Citrus aurantifolia</i>	4,5
Limón	<i>Citrus limon L.</i>	4,5
Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>	10,0
Mango	<i>Mangifera indica L.</i>	11,0
Manzana	<i>Malus domestica Borkh</i>	6,0
Maracuyá (Parchita)	<i>Passiflora edulis Sims</i>	12,0
Marañón	<i>Anacardium occidentale L.</i>	11,5
Melón	<i>Cucumis melo L.</i>	5,0
Mora	<i>Rubus spp.</i>	6,0
Naranja	<i>Citrus sinensis</i>	9,0
Naranjilla (Lulo)	<i>Solanum quitoense</i>	6,0
Papaya (Lechosa)	<i>Carica papaya</i>	8,0
Pera	<i>Pyrus communis L.</i>	10,0
Piña	<i>Ananas comosus L.</i>	10,0
Sandia	<i>Citrullus lanatus Thunb</i>	6,0
Tamarindo	<i>Tamarindus indica L.</i>	18,0*
Tomate de árbol	<i>Cyphomandra betacea</i>	8,0
Tomate	<i>Lycopersicon esculentum L.</i>	4,5
Toronja (Pomelo)	<i>Citrus paradisi</i>	8,0
Uva	<i>Vitis spp</i>	11,0

¹⁾ En grados Brix a 20 °C (con exclusión de azúcar)

(1) Este producto se conoce como "agua de coco" el cual se extrae directamente del fruto sin exprimir la pulpa.

(2) Es la emulsión extraída del endosperma (almendra) maduro del coco, con o sin adición de agua de coco

* Para extraer el jugo del tamarindo debe hacerse en extracción acuosa, lo cual baja el contenido de sólidos solubles desde 60 °Brix, que es su Brix natural, hasta los 18 °Brix en el extracto.

NOTA 1. Para las frutas que no se encuentran en la tabla el mínimo de grados Brix será el Brix del jugo o pulpa obtenido directamente de la fruta

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Norma INEN - NTE INEN 2337:2008

2.2.2. Mapa de Procesos

El mapa de procesos se debe elaborar sobre la clasificación de los procesos que la organización haya escogido con el fin de identificar los procesos existentes realizando de forma clara para evitar confusiones con otras cuestiones (Pardo Álvarez, 2017)

Gráfico 20.

Mapa de procesos



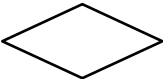


Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Julisa Velasco

2.2.3. Diagrama de Flujo

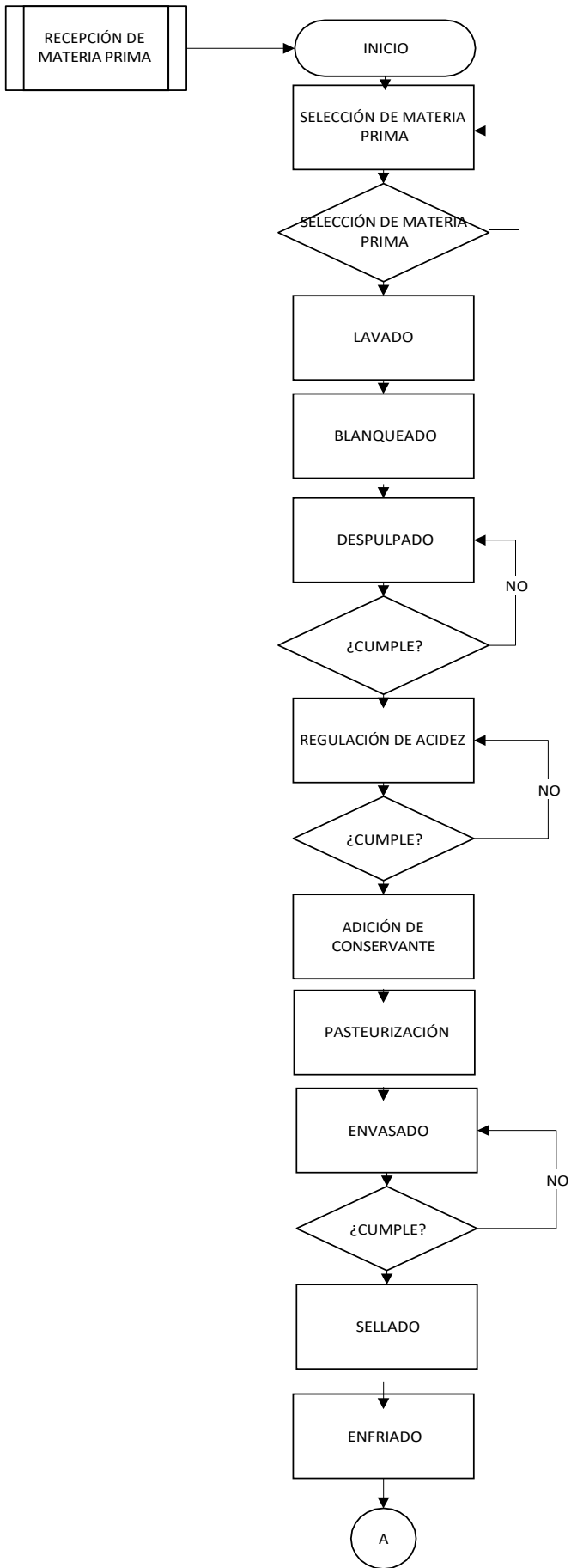
Según (Evans, Lindsay, & Arciniega Torres, 2015), “los diagramas de flujo permiten a la gerencia estudiar y analizar los procesos antes se implementación a fin de mejorar la calidad y el desempeño operativo”.

Tabla 34. *Detalle de flujo*

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Límites del proceso: Indica el inicio o el fin del flujo terminado
	Subproceso: Utilizado para jerarquizar el diagrama
	Decisión: Señala un punto en el flujo donde se produce una bifurcación de "Si" o "No"
	Conector: Representa la conexión con otra parte del diagrama de flujo
	Línea de Flujo: Indica el sentido del flujo, del proceso

Fuente: (Aiteco, 2022).

Elaborado por: Julisa Velasco



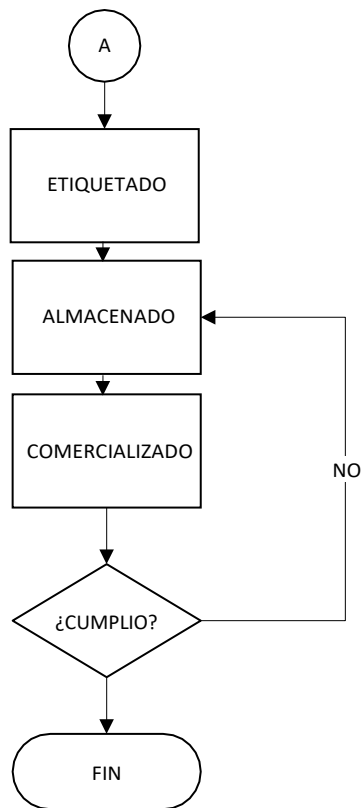


Gráfico 21.

Diagrama de flujo

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Julisa Velasco

En el diagrama de flujo se presenta las actividades que se debe desarrollar para la elaboración de la pulpa de mora empezando con la recepción de materia prima y con la comercialización del producto donde se toma decisiones para cada proceso planteado.

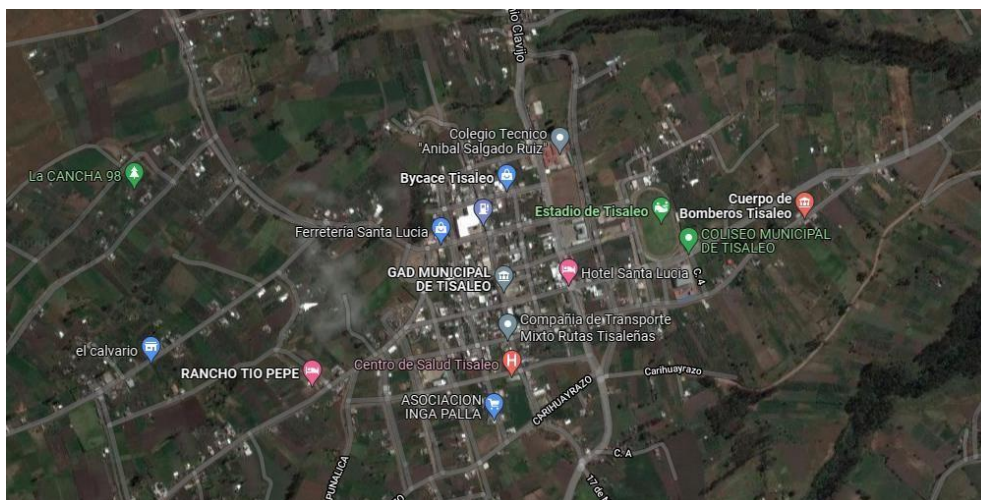
2.3. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

2.3.1. Instalaciones

Las instalaciones donde se realizará la producción de la pulpa de mora están ubicadas en el Cantón Tisaleo, provincia Tungurahua, a 15 min del sur de la ciudad de Ambato con una altitud promedio de 3247. m.s.n.m.

Ilustración 3.

Ubicación Geográfica de la Planta Procesadora



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

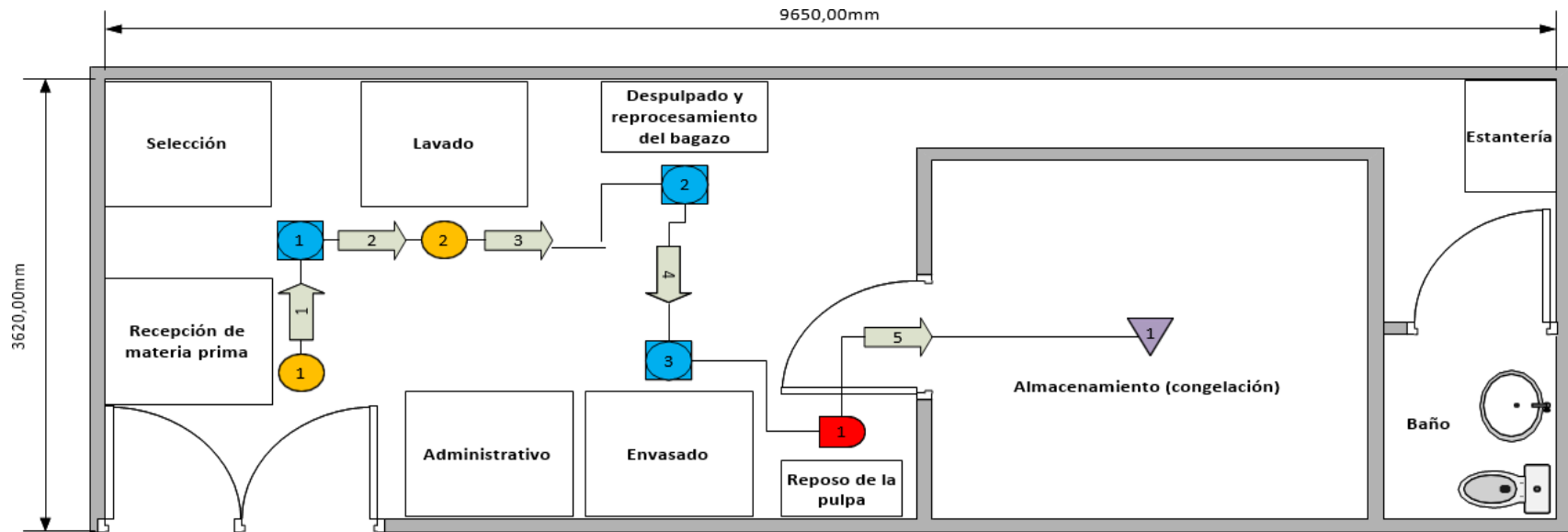
La planta Procesadora se encuentra ubicada dentro del Mercado de Tisaleo en el cantón en la calle 20 de octubre, José naranjo y 17 de noviembre en una infraestructura de que encuentra entrando por la calle José Naranjo al lado derecho y cuenta con parqueadero, su ingreso se da por la puerta esquinera que se encuentra al lado izquierdo a continuación se presentada el grafico de planta.

2.3.2. Gráfico De La Planta

LAYOUT – PLANTA DE PRODUCCIÓN DE PULPA DE MORA

Layout : Instalaciones de la Planta
 Fecha de Diagrama : 08 de agosto de 2020
 Diagrama Actual: 01 de enero del 2022
 Proceso : Elaboración Pulpa de Mora

Esc : 1:100
 Realizado por : Eduardo Santiago Teneda Ramos
 Revisado por : Ing. Lorena Elizabeth Cáceres Miranda



Nota: Adaptado del recorrido de diagrama de (Teneda, 2021)

Elaborado por: Julisa Velasco

2.3.3. Descripción de equipos requeridos

Los equipos que se utilizan para la producción de la pulpa de mora se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 35 Equipos Requeridos

Actividad (Etapa de producción)	Equipo	Características
Permite extraer toda la pulpa de la fruta eliminando las semillas	Despulpadora	Trabaja solo con electricidad. Elaborado de acero inoxidable.
Realiza el control de químicos de la fruta	Dosificadora	Elaborado de acero inoxidable. Trabaja con electricidad y aire
Realiza el sellado del producto	Selladora Neumática	Elaborado de acero inoxidable. Trabaja con electricidad, aire y calor
Realiza el abastecimiento para las maquinas	Compresor vertical de aire	Trabaja con aceite, electricidad y aire
Almacena los productos congelados	Cuarto Frio	Trabaja con gas o electricidad. Se mantiene a una temperatura de 16°
Ideal para el lavado la mora	Lavadora Hidrodinámica	Su funcionamiento se da mediante agua y electricidad
Permite cocinar la fruta	Marmita	Acero inoxidable. Funciona con calor.

Nota: Adaptado de Ficha Técnica (Teneda, 2021)

Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 36.*Equipos Administrativos*

Equipos del área Administrativa		
Actividad	Equipo	Detalle
Registrar datos de ventas, producción y control administrativo de la planta procesadora.	computadoras	Computador CPU Pc Escritorio Intel I3 10ma 8gb 256gb Ssd I5
Impresión de los documentos requeridos y facturas de ventas	Impresoras	Impresoras Impresora láser monocromática multifunción Lexmark MB2236adw Impresoras Epson LX-350
Enlazada con el software de facturación para ordenar los billetes y monedas	Caja Registradora	Ordenadora de billetes de 41cm*41cm de ancho y 14vm de alto
Llevar las cuentas del día que se realizan	Sumadora	Sumadora Casio Modelo Dr140 R
Comunicación de la plata	Teléfono	Panasonic Inalámbrico de 3 bases

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Julisa Velasco

2.3.4. *Tiempo Horas – Hombre*

A continuación, se presenta las horas hombre que requiere cada actividad para realizar la producción de la pulpa de Mora.

Tabla 37. *Tiempos - Horas Hombre*

Actividad	Tiempo (min)	Tiempo (horas)	Nº de personas	Horas - Hombre
Recepción de materia prima	7	0,12	1	0,12
Selección de materia prima	60	0,3	2	0,3
Lavado de la materia prima	20	0,33	1	0,33
Blanqueado de materia Prima	3	0,05	1	0,05
Despulpado de materia prima	5	0,08	2	0,08
Regulación de acidez	2	0,033	1	0,033

Adición de conservante	2	0,033	1	0,033
Pasteurización	3	0,05	1	0,05
Envasado	3	0,05	2	0,05
Sellado	2	0,033	1	0,033
Enfriado	30	0,5	0	0
Almacenado	15	0.25	1	0.25
TOTAL	857	1,829		1,329

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Al observar la tabla y las actividades de la producción de mora según los resultados obtenidos de Horas – Hombre es igual a 1.33 minutos lo que da a entender que cada producción se demorará alrededor de 1.83 horas por lo que se podrá realizar una producción de 3 lotes diarios, contando con 3 personas en el área de producción

2.3.5. Tecnología a aplicar

La tecnología en lo alimentos según su tratamiento está constituida según gamas en la gama 1 está el grupo de los alimentos en deshidratación y fermentación, en la gama 2 está conformada por alimentos que son sometidos a un tratamiento térmico, en la gama 3 está formada por alimentos conservados en refrigeración o congelación, importante para la pulpa de mora y conservando de manera segura el producto (Velasco & García, 2016).

El proceso del despulpado se da con una maquina dedicada a la, eliminación de las semillas y obtención de pulpa de la fruta conservando su valor nutritivo, la maquina utilizada aún no tiene el proceso de obtener toda la pulpa de la fruta ya que al eliminar los desperdicios se le vuelve a procesar unos dos veces para obtener toda la futa lo que cauda demora en el proceso para ello se requiere una despulpadora más ajustable en ese proceso en el que se obtenga toda la pulpa y el desperdicio en un solo proceso.

El objetivo del despulpado obtener la pulpa de la fruta sometida en el proceso donde se separa la semilla, con las condiciones de las frutas tales como, el color, textura, sabor, y para ello se requiere que la pulpa se encuentre en buen estado libre de materia terrosa, parásitos, residuos químicos y limpias.

La finalidad de este proceso importante es la reducción del tiempo para ello se requiere la implementación de una maquina despulpadora con las mismas funciones de la actual, pero tratando de controlar que el desperdicio sea menos al actual, esto es para favorecer la producción de pulpa y evitar perdida de materia prima.

Tabla 38. *Tecnología Futura a utilizar.*

Equipo	Especificaciones Técnicas	Actividad	Costo
Despulpadora 150	Producción 400KG/H 110V Acero inoxidable	Pulpa de la fruta	4000

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

2.3.6. Factores que afectan las operaciones

Para analizar los factores que afectarían a la producción de la pulpa de mora sería no contar con la fruta de buena calidad, la fruta depende muchos de los cuidados que le de el agricultor y si por alguna razón se infecta con las plagas la cosechas se vería total mente afectada y eso puede llegar a contaminar a sus alrededores, en la producción dichos factores serian el tiempo del blanqueado, el tiempo del despulpado.

2.4. Capacidad de Producción

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

Para realizar el análisis de una producción futura, se toma los resultados de la demanda potencial insatisfecha (DPI) del cantón Tisaleo donde el primer año nos da cuatro mil treientos cincuenta donde se calcula los siguientes años con la tasa de crecimiento poblacional de 1.26%

Tabla 39. *Capacidad de Producción Futura*

Año	Producción Anual	Ventas Mensual	Ventas Semanales	Ventas Diarias
Año 1	4405	367	92	13
Año 2	4460	372	93	13
Año 3	4516	376	94	13
Año 4	4573	381	95	14
Año 5	4631	386	96	14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

2.5. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

Tabla 40. *Especificación de materia prima y grado de sustitución.*

Materia Prima	Importancia	Producto Sustituto	Grado de sustitución	Proveedor
----------------------	--------------------	---------------------------	-----------------------------	------------------

Mora	La mora es la fruta principal para realizar el producto	Ninguno	0%	Agricultores de los cabildos, Santa Lucía/ La Libertad
Azúcar	Se requiere para endulzar el producto.	Azúcar splenda	50%	Distribuidores, San Carlos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En la tabla indicada de los productos de sustitución y los proveedores se menciona los productos principales siendo la mora la materia prima con más alta importancia, el cual no tiene otro producto que le sustituya contando con proveedores del mismo cantón como son los cabildos de Santa lucia con mayor producción de mora y el cabildo de la libertad con una producción normal y el azúcar siendo una materia prima de importancia media ya que cuenta con productos sustitutos con el azúcar splenda.

2.6. Calidad

“Según Ishikawa, trabajar en calidad consiste en diseñar, producir, y servir un producto o servicio que sea útil, lo más económico y siempre satisfactoria para el usuario, definiendo a:

Diseñar, producir y servir. Está relacionado con la producción, tomando en cuenta que la calidad debe comenzar con un adecuado diseño del producto, satisfaciendo las necesidades del cliente.

Lo más económico posible. Es un término no corregido, ya que no deben producirse bienes de calidad a cualquier precio, sino equilibrar el valor de la calidad

Satisfactorio para el usuario. Es la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente que es la razón de ser de la organización” (Jabaloyes Vivas, Carot Sierra, & Carrión García, 2020).

2.6.1. Método de Control de Calidad.

Diagrama de Pareto

El diagrama de Pareto en una herramienta importante ya que permite elegir de una forma estratégica el problema que se presenta en la base de datos, esta herramienta se basa en la ley del 80/20 lo que significa el 80% los problemas y el 20% es la disfunción del problema (Gillet Goinard, 2015).

Tabla 41. Diagrama de Pareto

Problema	Frecuencia de ocurrencia	Frecuencia Acumulada	%	% Acumulado	80-20
Fruta dañada	48	48	36%	36,09%	80%
Plagas que afecten a la fruta	38	86	29%	64,66%	80%
Retrasó en la elaboración de la pulpa	12	98	9%	73,68%	80%
No realizar la limpieza adecuada de la futa	15	113	11%	84,96%	80%
no controlar la calidad del producto	10	123	8%	92,48%	80%
Perdida de materia prima por un mal procesamiento	10	133	8%	100,00%	80%
TOTAL	133		100%		

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

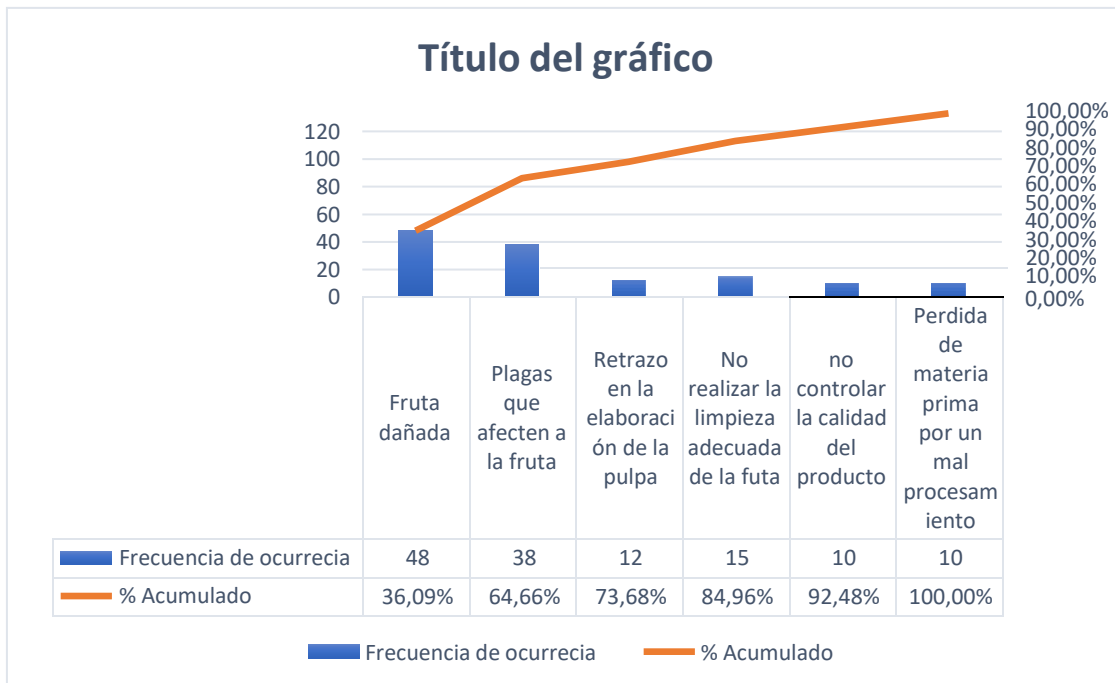


Gráfico 22.

Diagrama de Pareto

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Al realizar en análisis de la herramienta del diagrama de Pareto de determina los problemas que se pueden presentar en la producción de la pulpa, identificando al problema con mayor frecuencia de ocurrencia siendo la fruta dañada que puede ingresar a la fabricación del mismo.

2.7. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

La seguridad de higiene nos hace referencia a la aplicación de un conjunto de medidas sobre la seguridad y prevención de riesgo laborales para los trabajadores, con la finalidad de ofrecer y mantener los puestos de trabajo seguros y dignos de esta manera que las personas puedan desarrollar las funciones encomendadas de una forma cómoda y comprometida (Ecoparque , 2019).

Art. 3.- DEL MINISTERIO DE TRABAJO. - Corresponde a este Ministerio, en materia

de Seguridad e Higiene en el Trabajo, las facultades siguientes:

1. Participar por intermedio de la Jefatura del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo como miembro nato en el Comité Interinstitucional.
2. Recolectar datos a nivel nacional respecto a composición y número de la población laboral, horarios de trabajo y número de accidentes y enfermedades profesionales, sus causas y consecuencias. Tales datos serán regularmente remitidos al Comité Interinstitucional a efectos de elaborar la estadística respectiva.
3. Mantener relaciones con Organismos Internacionales y con los otros países en materias de prevención de riesgos del trabajo y mejoramiento de las condiciones del medio ambiente laboral.
4. Impulsar, realizar y participar en estudios e investigaciones sobre la prevención de riesgos y mejoramiento del medio ambiente laboral; y, de manera especial en el diagnóstico de enfermedades profesionales en nuestro medio.
5. Promover, realizar o contribuir a la formación y perfeccionamiento de especialistas en seguridad industrial (Ingenieros de Seguridad) e Higiene Industrial (Medicina e Higiene del Trabajo).
6. Informar e instruir a las empresas y trabajadores sobre métodos y sistemas a adoptar para evitar siniestros y daños profesionales.
7. Vigilar el cumplimiento de las normas legales vigentes, relativas a Seguridad y

Salud de los Trabajadores.

8. Ordenar la suspensión o paralización de los trabajos, actividades u operaciones que impliquen riesgos para los trabajadores.
9. Determinar las responsabilidades que se deriven del incumplimiento de las obligaciones impuestas en este Reglamento, imponiendo las sanciones que correspondan a las personas naturales o jurídicas que por acción u omisión infrinjan sus disposiciones, comunicando periódicamente al Comité Interinstitucional los datos relativos a tales sanciones.
10. Analizar y aprobar en su caso los Reglamentos Internos de Seguridad e Higiene de las empresas e informar de los mismos al Comité Interinstitucional.
11. Sugerir las normas de seguridad e higiene del trabajo que deben de aplicarse en empresas a instalarse en el futuro (Ministero del Trabajo , 2022).

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1. Objetivo del capítulo

Establecer la estructura de empresa, con la creación de la misión, visión y diseño del perfil de cargos necesarios para la empresa e indicadores de gestión y las necesidades del personal.

3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1. *Visión de la Empresa*

Ser una empresa líder a nivel provincial en la producción y comercialización de la pulpa de mora, cumpliendo con los estándares de calidad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

3.2.2. *Misión de la Empresa*

Somos una empresa dedicada a la Producción de pulpa de mora, garantizando los hábitos saludables de nuestros clientes a través de procesos que cumplen los estándares de calidad, apoyándonos como parte de nuestra gestión en la responsabilidad, honestidad y buen trato a nuestros clientes, generando empleos y sobre todo el respeto al medio ambiente.

3.2.3. *Objetivos y estrategias*

FODA

El análisis FODA es una herramienta esencial que permite conformar de la situación actual de la empresa donde se analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades, habilidades de esta manera obteniendo un diagnóstico preciso (Salgado Benítez, Guerrero López , & Salgado Hernández, 2016).

Tabla 42. *Análisis FODA*

Fortalezas	Oportunidades
Materia prima de buena calidad	Buena Relación con los clientes
Contar con el equipo de máquinas para la producción necesaria	Empleados comprometidos con el trabajo
Producto con beneficios nutricionales	Poder negociar con los productores del Cantón
Productores directos de la zona	Apoyo para aplicación de la planta procesadora por las autoridades
Personal Capacitado	Tendencia del uso de las redes sociales para promocionar el producto.

Debilidades	Amenazas
Recursos Económicos limitados	Competencia
No tener los conocimientos adecuados para la elaboración de la pulpa de mora	Plagas presentadas en los cultivos de mora
No contar con una infraestructura amplia	No aceptación del producto en el mercado
Falta de publicidad	Inestabilidad en la situación económica y política
No contar con el control de calidad adecuado	Cambios de políticas para la producción y comercialización del producto

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

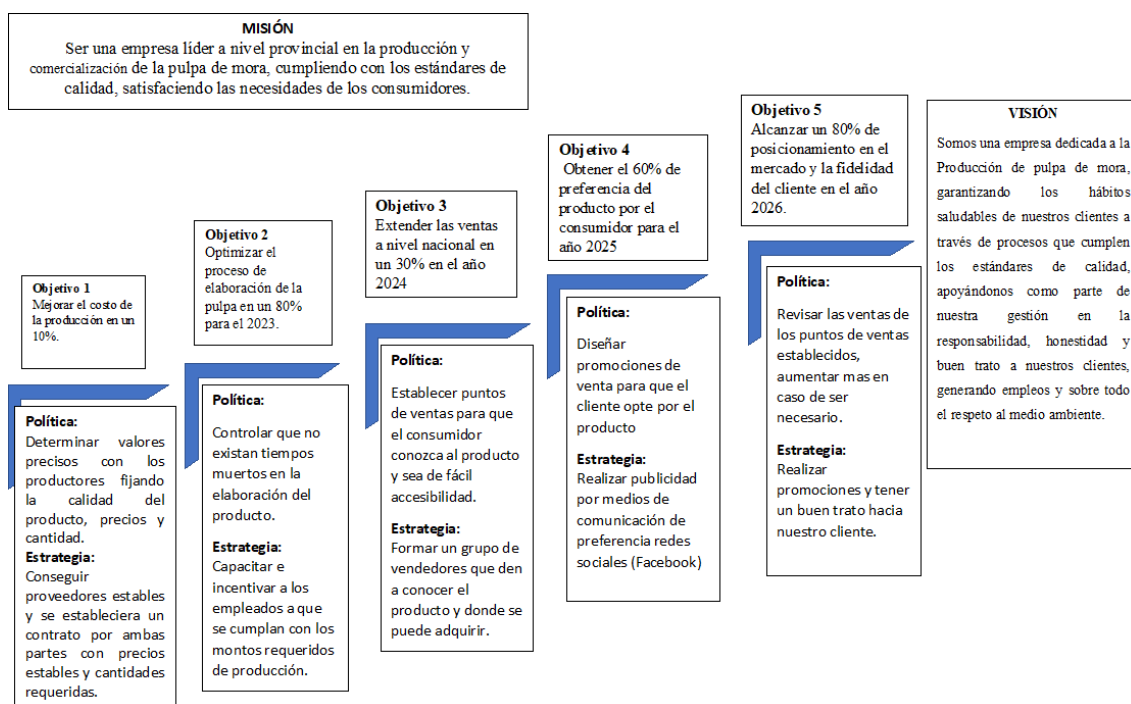


Gráfico 23
Objetivos estratégicos
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco

3.3. Organización Funcional de la Empresa

3.3.1. Organización Interna

Los organigramas son la representación gráfica de la distribución de la organización que da a conocer las áreas que suplen y los niveles jerárquicos además de señalar las

líneas de mando y sugerencia

Asociación Tisaleo Organigrama Estructural

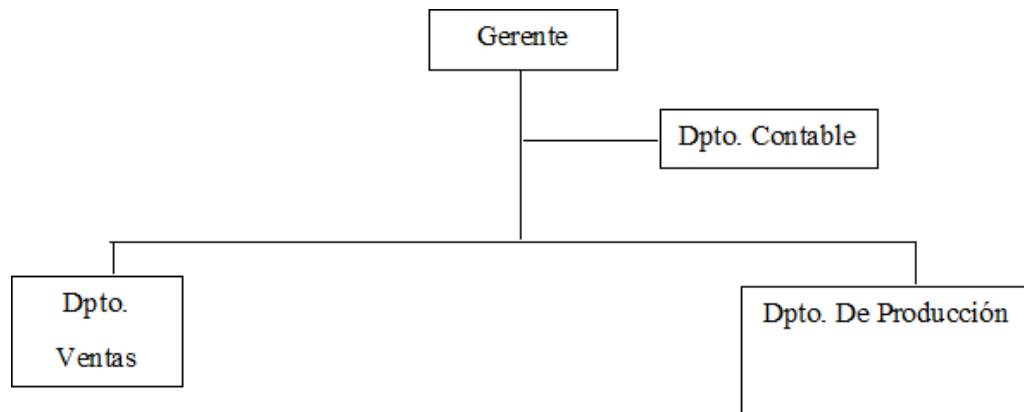
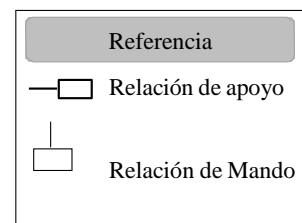


Gráfico 24

Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco



Asociación de Tisaleo

Organigrama Funcional

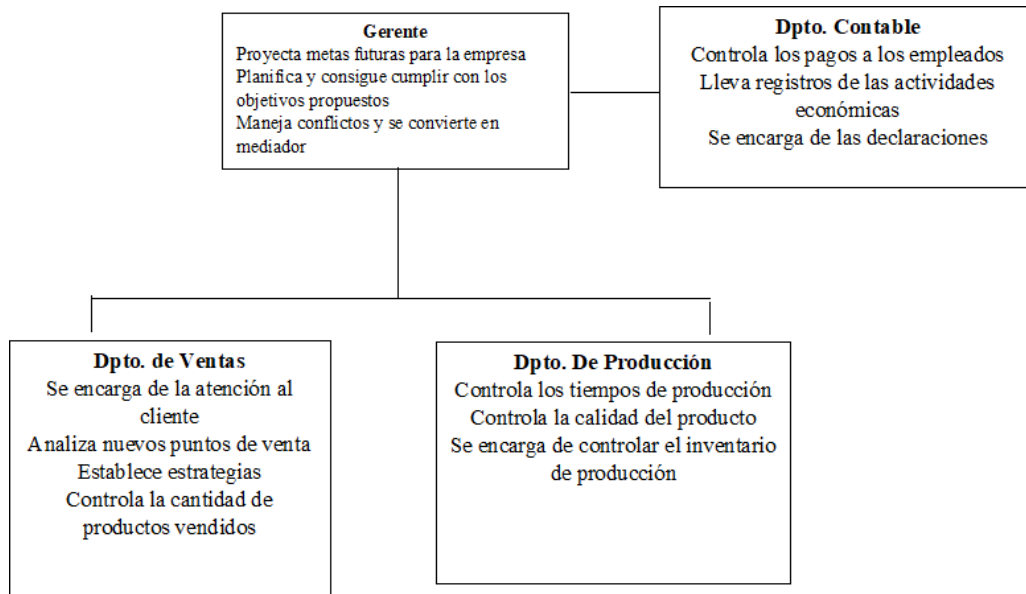
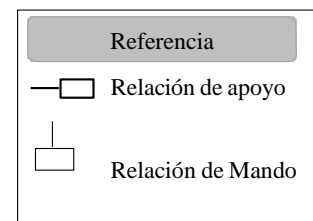


Gráfico 25
Organigrama Funcional
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julisa Velasco



3.3.2. Descripción de puestos.

Tabla 43. Descripción de puestos – Gerente

I. Información Básica	
Puesto: Gerente	
Supervisa a: Contador, jefe de ventas, jefe de producción	
II. Objetivo del Puesto	
Capacidad de delegar el trabajo y permitir que su equipo crezca	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Líder para todo su equipo de trabajo• Administrar la organización• Saber manejar conflictos y es un mediador• Innovador y creativo con la facilidad de adaptarse al cambio• Supervisar los puestos de trabajo• Conocer y analiza a su equipo de trabajo para cambios futuros	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
Título Profesional	Ing. / Lic. Administración de Empresas y Negocios
Experiencia	2 años <ul style="list-style-type: none">• Liderazgo• Capacidad de tomar decisiones• Trabajo en equipo
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación• Orientación hacia los resultados• Poder de resolver conflictos
Formación /	
Conocimientos en:	Manejo de Excel, Word - Finanzas - Procesos - ventas.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 44. Descripción de Puesto del jefe de Ventas

I. Información Básica	
Puesto: jefe de Ventas	
Supervisa a: Vendedores	
II. Objetivo del Puesto	
Determina los logros de los agentes comerciales	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal de ventar • Formar al personal de ventas • Supervisar el trabajo de los agentes comerciales • Realizar los cobros de las ventas • Establecer nuevas estrategias de ventas • Controlar la cantidad de productos vendidos 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
Título Profesional	Ing. / Lic. Administración de Empresas y Negocios – Tecnólogo en finanzas
Experiencia	2 años <ul style="list-style-type: none"> • Liderar • Comunicación
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Resolver conflictos • Responsable • Poder trabajar en equipo • Trabajar bajo Presión
Formación /	
Conocimientos en:	Manejo de Excel, Word - Finanzas - Procesos - ventas.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 45. Descripción de Puestos de jefe de Producción

I. Información Básica	
Puesto: jefe de Producción	
Supervisa a: Personal de producción	
II. Objetivo del Puesto	
Dirigir, planifica y coordina la producción de la empresa	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar para todo su equipo de trabajo • Gestionar la materia prima • Desarrollar mejoras en la producción y los cumplimientos de los estándares de calidad • Desarrollar planes para la producción • Supervisar los puestos de trabajo • Vigilar el cumplimiento de normas de seguridad, higiene. • Mantener las áreas de producción limpias 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
Título Profesional	Ing. Alimentos
Experiencia	2 años <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Capacidad de tomar decisiones
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Comunicación • Motivación y confianza • Poder de resolver conflictos
Formación /	
Conocimientos en:	Seminarios en calidad, Cursos de normas de seguridad e higiene.
Fuente: Investigación Propia	
Elaborado por: Julisa Velasco	

Tabla 46. Descripción de puesto del operario de producción.

I. Información Básica	
Puesto: Operario	
Supervisa a:	
II. Objetivo del Puesto	
Cumplir con la cantidad de producción.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la producción • Controlar que los procesos se cumplan. • Realizar control de calidad en los productos • Desarrollar planes para la producción • Realizar mantenimientos de la maquinaria • Contralar la mercadería que se almacena • Mantener las áreas de producción limpias 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
Título Profesional	Ing. Alimentos, tecnólogo en alimentos
Experiencia	2 años <ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Honestidad
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Comunicación • Motivación y confianza • Responsabilidad
Formación /	
Conocimientos en:	Producción de pulpas, cursos de higiene, Conocimiento en máquinas industriales.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 47. Descripción de puestos del Contador

I. Información Básica	
Puesto: Contador	
Supervisa a: Nadie	
II. Objetivo del Puesto	
Brindar el seguimiento tributario y soportes contables a la empresa	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y analizar estados financieros • Conocer el manejo de las páginas del SRI, IESS • Realizar roles de pago • Desarrollar registros mensuales de gastos y compras • Supervisar y preparar balances de pérdidas y ganancias • Supervisar los pagos a empleados y proveedor • Manejar los programas contables 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
Título Profesional	Lic. en Auditoria / Auxiliar Contable
Experiencia	2 años <ul style="list-style-type: none"> • Red de apoyo • Manejo de información confidencial
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Comunicación • Motivación y confianza • Capacidad Numérica
Formación /	Administración de Tic´s / sistemas contables /
Conocimientos en:	manejo de plataformas como IESS, SRI
Fuente: Investigación Propia	
Elaborado por: Julisa Velasco	

3.4. Control de gestión

3.4.1. Indicadores de Gestión

Tabla 48. Indicadores de Gestión

Áreas	Indicadores	Formula
Gerencia	✓ Selección de personal	Conocimiento / Experiencia
	✓ Capacitaciones	# de capacitaciones Dispuestas/ Capacitaciones presentadas*100
	✓ Cumplimiento de Objetivos	# de objetivos ejecutados / objetivos planteados
Contador	✓ Ganancias	Cientes Comprador/Ventas
	✓ Estudio Financiero	Ingresos/Gastos
Ventas	✓ Facturación	#de ventas establecida/ventas realizadas
	✓ Clientes	Cientes nuevos/ clientes usuales
	✓ Productividad	Eficiencia * calidad
Producción	✓ Producción	Producción avanzada/Producción proyectada costo de
	✓ Mantenimiento	mantenimiento/cuantía de maquinas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

3.5. Necesidades del personal

Tabla 49. *Necesidad del personal*

	Gerente	Contador	Ventas	Producción
2022	1 persona	1 persona	1 persona	2 personas
2023	1 persona	1 persona	1 persona	2 personas
2024	1 persona	1 persona	1 persona	3 personas
2025	1 persona	1 persona	2 personas	3 personas
2026	1 persona	1 persona	2 personas	3 personas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

CAPÍTULO IV

4. Jurídico Legal

4.1. Objetivos del capítulo

Identificar el marco jurídico para asociación, indagando en permisos para su funcionamiento y reglamentos para la comercialización del producto

4.2. Determinación de la forma jurídica

Frutas silvestres está constituida de una forma jurídica, debido a las conformaciones de las asociaciones legales del cantón Tisaleo, por lo que los requisitos para la planta procesadora de pulpa de mora son:

- Cedula y papeleta de votación de los accionistas
- Cédulas y papeletas de votación del representante
- Distribución de paquetes accionarios
- Presentar servicios básicos con la dirección fiscal
- Presentar un borrador de la actividad principal de la planta procesadora
- Presentar los posibles nombres para la empresa.

Las asociaciones se encuentran registradas como personalidad jurídica, dándoles fines a:

- Establecer sistemas de comercialización de los productos de la zona en forma asociativa y de manera directa.
- A través de la asociación fomentar el desarrollo de microempresas, utilizando productos agrícolas y pecuarios de la zona con el fin de industrializarlos, dándoles un valor agregado para la comercialización

Los fines mencionados nos da a entender la las asociaciones del Cantón Tisaleo estas autorizadas a realizar la comercialización de los productos o derivados de los mismos, sin ser penados por la ley. (MAGAP, 2010).

4.3. Registros de marcas

Para realizar el registro de la marca se debe realizar en la plataforma del SENADI siguiendo los siguientes pasos:

- Ingresar a la página del SENADI y seleccionar Programa/ servicios.
- Ingresar a la opción casillero virtual.
- Llenar el formulario solicitado según los datos requeridos se persona natural o jurídica.
- Luego confirme en su correo y cambie la contraseña.

- Después ingrese a la página principal y selecciones solicitudes en línea.
- Ingrese su usuario y contraseña.
- Ingrese la opción de pagos.
- Opción tramites en línea.
- Opción generar comprobante.
- Se despliega una plantilla y se llena los datos solicitados, ingresar el código o la descripción de la tasa de pago.
- Ingrese los datos y genere el comprobante.
- Al imprimir el comprobante se asiste al banco a cancelar la tasa generada o realizar en línea.
- Enviar el comprobante del depósito y el nombre exacto de la maca que desea verificar.
- Se revisa el correo que llegue un informe de búsqueda.
- Una vez verificado el listado de la marca, ingrese a solicitudes con su usuario y contraseña y escoja la opción registro.
- Escoger la opción solicitud de signos distintivos y llenar la platilla con los datos de la marca.
- Guardar, vista previa y generar el comprobante de pago y cancelar en el banco de guayaquil.
- Una vez cancelado inicie el PROCESO.
- Los datos mencionados para el registro se obtuvieron de (Gobierno del Encuentro, 2022).

4.4.Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Para el funcionamiento de la empresa se realiza la investigación necesaria de los requisitos para la obtención del RUC, registro de contratos, permiso para el funcionamiento de la planta procesadora.

Registro Único de Contribuyente (RUC)

El registro único del contribuyente (RUC) se encuentra entre los requisitos primordiales para establecer la comercialización de los productos.

Tabla 50. *Registro Único de Contribuyente (RUC)*

Obtención del RUC	<ul style="list-style-type: none">• Cédula de identidad• Certificado de votación.• Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.• Escritura Pública de constitución.• Nombramientos del representante legal.• Solicitud de inscripción y actualización general del (RUC).
-------------------	---

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Tabla 51. *Permiso del suelo*

Uso del suelo
Para el permiso del uso del suelo se establece el siguiente trámite:
<ul style="list-style-type: none">• Adquirir hoja de todo trámite en la que se realiza una solicitud dirigida al Sr. alcalde para que le conceda el uso del suelo, la mismo debe contener contribuyente, nombre del negocio, dirección exacta, numero del local comercial. actividad del negocio, correo electrónico y firmar del contribuyente.• Gráfico de ubicación exacta del predio.• Copia simple de Registro único de contribuyentes actualizado o la reimpresión que es proporcionado por la página del Servicio Rentas Internas

Fuente: (GAD, 2021).

Elaborado por: Julisa Velasco

Ministerio de relaciones laborales

La plataforma de ministerio laborales se utiliza para el registro de una nueva empresa y de sus apoderados.

Tabla 52. *Ministerio de relaciones laborales*

Ministerio de relaciones laborales	<ul style="list-style-type: none">• Registro de nueva Empresa• Seleccionar registro de nueva Empresa• Registrar la información requerida la cual será validada con el SRI• Registre la dirección del empleador• Ingresar los datos del representante legal• Completar los datos de correo que se usara para las modificaciones y notificaciones.• Complete todos los campos y al finalizar seleccione en apoderado• complete los datos del apoderado• Seleccione en Guardar• Revise su correo y le llegara la información del registro
---	---

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Normativa Sanitaria para la obtención del registro sanitario

Tabla 53. Registro Sanitario

REGISTRO SANITARIO

Art. 1.- Objeto. - La presente Normativa Técnica Sanitaria tiene por objeto establecer los parámetros de calidad, seguridad y eficacia, bajo los cuales se otorgará el Registro Sanitario a los Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal. De la misma forma establecer los criterios para la realización de la promoción, control, vigilancia y sanción de dichos productos.

Art. 2.- Ámbito. - El ámbito regulatorio de la Normativa Técnica Sanitaria es de aplicación obligatoria para las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, responsables de la fabricación, importación, envasado o empaçado, transporte, almacenamiento, distribución y comercialización de los Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal en todo el territorio nacional.

Persona Jurídica. - Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Presentación Comercial. - Presentación del producto terminado y acondicionado para su comercialización.

Producto Terminado. - Producto que ha sido sometido a todas las etapas de producción, presentado en su envase definitivo y listo para ser distribuido y comercializado.

Titular del Producto. - Es la persona natural o jurídica propietaria del producto, lo que debe demostrarse documentalmente.

Titular del Registro Sanitario. - Es la persona natural o jurídica a cuyo nombre es emitido el certificado de Registro Sanitario, y es el responsable jurídica y técnicamente de la calidad y seguridad del producto en el país.

Fuente: (Normativa Sanitaria, 2016).

Elaborado por: Julisa Velasco

Reglamento Del Control Sanitario

Tabla 54. Reglamento del control sanitario

REGLAMENTO DEL CONTROL SANITARIO

De la Competencia en Materia de Registro, Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos

Art. 1.- La formulación de las políticas, regulaciones y normativas establecidas en la Ley Orgánica de Salud y en el presente Reglamento tanto para expedir los Registros Sanitarios, como para la vigilancia y control sanitario de los alimentos para el consumo humano, es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública a través de la Subsecretaría Nacional de Vigilancia de la Salud Pública, con el apoyo de las instancias técnicas competentes.

Art. 2.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

Art. 5.- Los productos alimenticios se ampararán bajo un mismo Registro Sanitario, en los siguientes casos:

- a) Cuando se trate del mismo producto con diferentes marcas, siempre y cuando el titular y el fabricante correspondan a una misma persona natural o jurídica;
- b) Cuando el mismo producto tenga diferentes formas de presentación al consumidor y envases de la misma naturaleza química; y
- c) Cuando la planta procesadora de alimentos cuente con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura por tipo de alimento, según la línea de producción determinada

Fuente: (Control Sanitario, 2013).

Elaborado por: Julisa Velasco

Requisitos del IESS

Tabla 55. Requisitos del IESS

Requisitos para la afiliación voluntaria
<ul style="list-style-type: none">• Ser mayor de 18 años de edad• Tener cédula de ciudadanía para el caso de ecuatorianos; cédula de identidad para el caso de extranjeros dentro del territorio nacional; o, carné de refugiado emitido en el Ecuador.• No registrar mora u obligaciones pendientes con el IESS.

Fuente: (IESS, 2021).

Elaborado por: Julisa Velasco

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1. Objetivos del capítulo

Desarrollar un análisis financiero para la fabricación del producto para ser presentado al consumidor

5.2. Plan de inversiones

El plan de inversiones se detalla los materiales que se pretenden contar para el inicio de las actividades de la elaboración de la pulpa de mora, al realizar el plan de inversiones se establecerá el capital de trabajo congregando todas las actividades requeridas.

Tabla 56. Plan de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
Instalaciones y remodelaciones			\$ 31.660,00
1	Pintura	\$ 900,00	
1	Adecuaciones	\$ 7.000,00	
3	Instalaciones Sanitarias	\$ 700,00	
1	Estructura y Hormigones	\$12.000,00	
1	Agua potable y Canalización	\$ 5.000,00	
1	Instalaciones eléctricas	\$ 6.000,00	
1	Instalación de Telefonía Fija	\$ 60,00	
Muebles y enseres			\$ 1.400,00
4	Escritorios	\$ 160,00	\$ 640,00
4	Sillas giratorias	\$ 40,00	\$ 160,00
2	Archivadores	\$ 60,00	\$ 120,00
4	Basureros metálicos	\$ 120,00	\$ 480,00
Herramientas			\$ 521,75
3	Cuchillos	\$ 1,50	\$ 4,50
3	Cucharones	\$ 2,25	\$ 6,75
4	recipientes hondos	\$ 3,50	\$ 14,00
1	Olla de 100 litros	\$ 125,00	\$ 125,00
1	Balanza con báscula	\$ 340,00	\$ 340,00
2	Canasta	\$ 3,25	\$ 6,50
2	Cernideros Grandes	\$ 12,50	\$ 25,00
Maquinaria y equipo			\$ 9.400,00
1	Dosificador Volumétrico de líquidos y semilíquidos	\$ 700,00	
1	Despulpadora	\$ 1.500,00	
1	Selladora neumática	\$ 1.000,00	

1	Compresor Vertical de Aire 50LV	\$ 700,00	
1	Cuarto Frio	\$ 5.000,00	
1	Lavadora Hidráulica Funcional	\$ 300,00	
1	Marmita de 50 Galones	\$ 200,00	
	Equipo de Computación		\$ 2.020,00
2	Computadoras de escritorio	\$ 600,00	\$ 1.200,00
1	Impresoras Impresora láser monocromática multifunción Lexmark MB2236adw	\$ 660,00	\$ 660,00
1	Impresoras Epson LX-350	\$ 160,00	\$ 160,00
	Equipos de oficina		\$ 290,00
1	Caja registradora	\$ 90,00	
1	Sumadora	\$ 100,00	
1	Teléfono Panasonic Inalámbrico de 3 bases	\$ 100,00	
	Inventarios		\$ 280,00
30	Baldes de mora de 4,8kg	\$ 4,00	\$ 120,00
10	Empaques industriales.	\$ 1,00	\$ 10,00
3000	Etiquetas	\$ 0,05	\$ 150,00
	Costo de Constitución		\$ 301,00
1	Permiso de Bomberos	\$ 30,00	
1	Registro de Marca en SENADI	\$ 206,00	
1	Patentes Municipales	\$ 15,00	
1	Otros Tramites	\$ 50,00	
	Sub Total		\$ 45.872,75
	Capital de Trabajo		\$ 2.293,64
Total		\$43.944,05	\$ 48.166,39

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Una vez realizado el plan de inversiones conocemos el capital requerido para sus inicios donde se conocen los valores del terreno, Instalaciones y remodelaciones, muebles y encere, herramientas, maquinaria y equipo, vehículo, equipo de computación, equipos de oficina, inventario y los costos de constitución dándonos un total de \$ 48.166,39

5.3. Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

Para conocer la mano de obra de la asociación Tisaleo se realiza el cálculo de los sueldos de los empleados a través del rol de pagos, donde se calcula el área de producción, administrativa y comercial

Tabla 57. Cálculo de Mano de obra de producción

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1		JEFE DE PRODUCCION		425	0	425		40,16	40,16	384,84
1		OPERARIO		425	0	425		40,16	40,16	384,84
TOTAL				850	0	850	0	80,325	80,33	769,68

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacac,	Total Provisión	Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%						
47,388	2,125	2,125	35,417	35,417	0,000	17,708	140,179	525,017
47,388	2,125	2,125	35,417	35,417		17,708	140,179	525,017
94,775	4,250	4,250	70,833	70,833	0,000	35,417	280,358	1050,033

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Julissa Velasco

En el área de producción se analiza a los empleados que trabajan en el departamento mencionado estableciendo los sueldos de cada empleado, calculando los descuentos, provisiones, Secap, IECE, Décimo Tercero, décimo cuarto, los fondos de reserva y las vacaciones, donde se obtiene el total de provisiones, obteniendo la Asociación de Tisaleo un sueldo mensual en mano de obra de \$ 1050,033

Tabla 58. Cálculo de Mano de obra del área Administrativa

ÁREA ADMINISTRATIVA										
Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1		GERENTE		600	0	600		56,70	56,70	543,30
TOTAL				600	0	600	0	56,70	56,70	543,30

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac,	Total Provisión	Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%						
66,9	3	3	50,00	35,42	0	25,0000	183,32	726,62
0	0	0	0,00		0	0,00	0,00	0,00
66,9	3	3	50,000	35,42	0	25,000	183,317	726,617

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Julissa Velasco

En el área administrativa se realiza un rol de pago para el gerente, contando con un sueldo de 700, calculando los descuentos, provisiones, Secap, IECE, Décimo Tercero, décimo cuarto, los fondos de reserva y las vacaciones, donde se obtiene el total de provisiones, donde la Asociación de Tisaleo conoce el sueldo del gerente siendo \$ 726.62

Tabla 59.Mano de obra del área comercial

ÁREA COMERCIAL										
Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Vendedor	VENTAS		425	0	425		40,16	40,16	384,84
TOTAL				425	0	425	0	40,1625	40,1625	384,8375

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac,	Total Provisión	Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%						
47,3875	2,125	2,125	35,42	35,42	0	17,71	140,18	525,02
47,3875	2,125	2,125	35,42	35,42	0	17,71	140,18	525,02

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado por: Julissa Velasco

En el área comercial se realiza el cálculo del rol de pagos del vendedor con un sueldo de \$550, calculando los descuentos, provisiones, Secap, IECE, Décimo Tercero, décimo cuarto, los fondos de reserva y las vacaciones, obteniendo el total de provisiones, donde la Asociación de Tisaleo conoce el sueldo mensual en mano de obra de obra de \$525,02.

5.3.2. Depreciación

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se dé con el paso del tiempo. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable” (Pérez Zaragoza, 2022).

Tabla 60. Cálculo de las depreciaciones

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	\$ 1.400,00	10%	\$ 140,00
Herramientas	10	\$ 521,75	10%	\$ 52,18
Maquinaria y equipo	10	\$ 9.400,00	10%	\$ 940,00
Equipo de computación	3	\$ 2.020,00	33%	\$ 666,60
Equipo de oficina	10	\$ 290,00	10%	\$ 29,00
TOTAL		\$13.631,75		\$ 1.827,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

La depreciación se realiza el cálculo basándonos en la vida útil del bien en este caso contamos la vida del bien de 10 años (Muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo y equipos de oficina), de 5 años (Vehículo) y de 3 años (Equipo de oficina), conociendo que la depreciación anual de los bienes da un total de \$1.827,78.

5.3.3. Proyección de la depreciación

La proyección de depreciación se realiza para cinco años tomando en cuenta el detalle del bien tomando en cuenta que existen depreciaciones de 3,5 y 10 años

Tabla 61. Proyección de la depreciación.

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Herramientas	\$ 52,18	\$ 52,18	\$ 52,18	\$ 52,18	\$ 52,18
Maquinaria y equipo	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00
Equipo de Computación	\$ 666,60	\$ 666,60	\$ 666,60	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00	\$ 29,00
TOTAL	\$1.827,78	\$1.827,78	\$1.827,78	\$1.161,18	\$1.161,18

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En la proyección de la depreciación se lo realiza para 5 años contando con los bienes de 10 años (Mubles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo y equipos de oficina), y de 3 años (Equipo de oficina), dándonos en el año 1 un total de 1.827,78 en el año dos un total de \$1.827,78 en el año 3 es \$1.827,78 en el año cuatro \$1.161,18 y el año 5 es \$1.161,18, el año 4 y 5 siendo menores a los anteriores debido al que la depreciación del equipo de cómputo ya que cuentan con una vida útil de 3 años

5.3.4. Detalle de Costos

“Los costos es un sistema de información que mide, registra, procesa e informa acerca de los costos de producción, además no se debe limitar únicamente a los registros contables ya que también aportan información a la toma de decisiones y gestión empresarial” (Amaya Osorio , 2020).

En el detalle de costo se presenta la descripción de la materia prima, mano de obra y costos indirectos donde se realizará el respectivo análisis para obtener los costes de la producción de la Pulpa de mora.

Tabla 62. *Detalles de costos – producción*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costos anuales
PULPA DE MORA					
Materia prima				\$ 261,00	\$ 3.132,00
Mora	Baldes	30	\$ 4,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Azúcar	Kilos	12	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 432,00
Ácido ascórbico	PPM /mg	30	\$ 3,50	\$ 105,00	\$ 1.260,00
Mano de Obra				\$ 1.050,03	\$ 12.600,40
Sueldo personal de producción				\$ 1.050,03	\$ 12.600,40
Costos Indirectos				\$ 358,33	\$ 4.300,00
Empaques Industriales	Tubos	10	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Etiquetas	Unidades	3000	\$ 0,05	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Servicios básicos					
Agua potable	m3	2000	\$ 0,03	\$ 60,00	\$ 720,00
Servicio eléctrico	Voltios	2000	\$ 0,03	\$ 60,00	\$ 720,00
Depreciaciones				\$ 78,33	\$ 940,00
TOTALES				\$ 1.669,37	\$ 20.032,40

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En el análisis de la tabla costos-producción se determina la materia prima, mano de obra, costos indirectos y servicios básicos, conociendo los costos unitarios y con ello determinando los costos mensuales con un total de \$ 1.669,37, conociendo el costo anual con un total de \$ 20.032,40.

5.3.5. Proyección de Costos

En la proyección de Costos se realiza enfocándonos en los costos fijos y variables, presentando una proyección de 5 años de la manera que se conocerá los costos de producción.

Tabla 63. Proyección de Costos

Descripción	Costo	Costos		Total	Costos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2
Pulpa de Mora							
Materia prima	\$ 261,00	\$ -	\$ 261,00	\$ 3.132,00	\$ -	\$ 266,43	\$ 3.197,15
Mora	\$ 120,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ -	\$ 122,50	\$ 1.469,95
Azúcar	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,00	\$ 432,00	\$ -	\$ 36,75	\$ 440,99
Ácido ascórbico	\$ 105,00	\$ -	\$ 105,00	\$ 1.260,00	\$ -	\$ 107,18	\$ 1.286,21
Mano de Obra	\$1.050,03	\$ 1.050,03	\$ -	\$ 12.600,40	\$1.071,87	\$ -	\$ 12.862,49
Sueldo personal de producción	\$1.050,03	\$ 1.050,03	\$ -	\$ 12.600,40	\$1.071,87	\$ -	\$ 12.862,49
Costos Indirectos	\$ 358,33	\$ 78,33	\$ 280,00	\$ 4.300,00	\$ 79,96	\$ 285,82	\$ 4.389,44
Empaques Industriales	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ -	\$ 10,21	\$ 122,50
Etiquetas	\$ 150,00	\$ -	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ -	\$ 153,12	\$ 1.837,44
<i>Servicios básicos</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agua potable	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ -	\$ 61,25	\$ 734,98
Servicio eléctrico	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ -	\$ 61,25	\$ 734,98
Depreciaciones	\$ 78,33	\$ 78,33		\$ 940,00	\$ 79,96	\$ -	\$ 959,55
TOTALES	\$1.669,37	\$ 1.128,37	\$ 541,00	\$ 20.032,40	\$1.151,84	\$ 552,25	\$ 20.449,07

Descripción	Costos		Total	Costos		Total
	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4
Pulpa de Mora						
Materia prima	\$ -	\$ 271,97	\$ 3.263,65	\$ -	\$ 277,63	\$ 3.331,53
Mora	\$ -	\$ 125,04	\$ 1.500,53	\$ -	\$ 127,64	\$ 1.531,74
Azúcar	\$ -	\$ 37,51	\$ 450,16	\$ -	\$ 38,29	\$ 459,52
Ácido ascórbico	\$ -	\$ 109,41	\$ 1.312,96	\$ -	\$ 111,69	\$ 1.340,27
Mano de Obra	\$ 1.094,17	\$ -	\$ 13.130,03	\$ 1.116,93	\$ -	\$ 13.403,13
Sueldo personal de producción	\$ 1.094,17	\$ -	\$ 13.130,03	\$ 1.116,93	\$ -	\$ 13.403,13
Costos Indirectos	\$ 81,63	\$ 291,77	\$ 4.480,74	\$ 83,32	\$ 297,84	\$ 4.573,94

Empaques Industriales	\$	-	\$	10,42	\$	125,04	\$	-	\$	10,64	\$	127,64
Etiquetas	\$	-	\$	156,30	\$	1.875,66	\$	-	\$	159,56	\$	1.914,67
<i>Servicios básicos</i>	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Agua potable	\$	-	\$	62,52	\$	750,26	\$	-	\$	63,82	\$	765,87
Servicio eléctrico	\$	-	\$	62,52	\$	750,26	\$	-	\$	63,82	\$	765,87
Depreciaciones	\$	81,63	\$	-	\$	979,51	\$	83,32	\$	-	\$	999,88
TOTALES	\$	1.175,79	\$	563,74	\$	20.874,41	\$	1.200,25	\$	575,47	\$	21.308,60

Descripción	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables	
Pulpa de Mora			
Materia prima	\$	-	\$ 283,40
Mora	\$	-	\$ 1.563,60
Azúcar	\$	-	\$ 39,09
Ácido ascórbico	\$	-	\$ 1.368,15
Mano de Obra	\$	1.140,16	\$ 13.681,92
Sueldo personal de producción	\$	1.140,16	\$ 13.681,92
Costos Indirectos	\$	85,06	\$ 304,03
Empaques Industriales	\$	-	\$ 10,86
Etiquetas	\$	-	\$ 162,87
<i>Servicios básicos</i>	\$	-	\$ -
Agua potable	\$	-	\$ 65,15
Servicio eléctrico	\$	-	\$ 65,15
Depreciaciones	\$	85,06	\$ 1.020,68
TOTALES	\$	1.225,22	\$ 587,44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En la tabla presentada se puede observar los datos del costo anual y con proyecciones de 5 años en el año 1 se presenta un total de 20.032,40, en el año dos un total de 20.449,07, en el año 3 se presenta un total de 20.874,71, en el año 4 un total de 21.308,60 y el año 5 siendo la última proyección un total de 21.751,82.

5.3.6. Detalle de Gastos

En el detalle de gastos se analiza los gastos administrativos tomando en cuenta los sueldos administrativos, suministro de oficina, depreciaciones, se detalla los gastos de ventas detallando sueldo de vendedores, Depreciaciones y publicidad, finalmente los gastos financieros indicando que la elaboración de la pulpa de mora no cuenta con gastos financieros ya que cuenta con sus bienes propios.

Gastos Administrativos

Tabla 64. *Detalle de Gastos Administrativos*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal Administrativo	Dólares	\$ 726,62	1,00	\$ 726,62	\$ 8.719,40
Total				\$ 726,62	\$ 8.719,40
Suministros de oficina					
Hojas A4	Paquete	\$ 4,00	1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Esferos	Unidad	\$ 0,35	3,00	\$ 1,05	\$ 12,60
Clips	Caja	\$ 1,20	1,00	\$ 1,20	\$ 14,40
Grapas	Caja	\$ 0,70	1,00	\$ 0,70	\$ 8,40
Lápiz	Unidad	\$ 0,35	3,00	\$ 1,05	\$ 12,60
Marcadores Líquidos	Unidad	\$ 0,50	2,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Total				\$ 9,00	\$ 108,00
Útiles de aseo y limpieza					
Escoba	Unidad	\$ 2,25	1,00	\$ 2,25	\$ 27,00
Palas	Unidad	\$ 1,15	1,00	\$ 1,15	\$ 13,80
Desinfectadoras	Unidad	\$ 2,00	1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Trapeador	Unidad	\$ 2,50	1,00	\$ 2,50	\$ 30,00
Baldes	Unidad	\$ 1,20	2,00	\$ 2,40	\$ 28,80
Total				\$ 10,30	\$ 123,60
Servicios Básicos					
Agua	m3	\$ 0,03	2000,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Luz	Voltios	\$ 0,03	2000,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Total				\$ 120,00	\$ 1.440,00
Depreciación				\$ 69,63	\$ 835,60
Total				\$ 69,63	\$ 835,60
Total, Gastos Administrativos				\$ 935,55	\$ 11.226,60

Gastos de Ventas

Tabla 65. Detalle de Gasto de Ventas

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad					
Redes sociales	Plataforma	\$ 90,00	1	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Volantes	Unidad	\$ 0,02	3000	\$ 60,00	\$ 720,00
Totales				\$ 150,00	\$ 1.800,00
Sueldo de vendedor					
Vendedor		\$ 525,02	1	\$ 525,02	\$ 6.300,20
Total				\$ 525,02	\$ 6.300,20
Total, Gastos de Ventas				\$ 675,02	\$ 8.100,20
Total, Gastos				\$ 1.610,57	\$ 19.326,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En las tablas presentadas se obtiene un total de gastos, donde se obtiene en el valor mensual de la suma de los Gastos administrativos y ventas un total de \$1.610,57 y en los gastos anual obteniendo de la suma mencionada un total de \$19.326,80.

5.3.7. Proyección de Gastos

Gastos Administrativos

Tabla 66. Gastos Administrativos

Descripción	Gasto			Gasto			Gastos			Gastos			Gastos			
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Sueldos del personal Administrativo	\$ 726,62	\$ 726,62		\$ 8.719,40	\$ 741,73	\$ -	\$ 8.900,76	\$ 757,16	\$ -	\$ 9.085,90	\$ 772,91	\$ -	\$ 9.274,89	\$ 788,98	\$ -	\$ 9.467,80
Suministros de oficina	\$ 9,00		\$ 9,00	\$ 108,00	\$ -	\$ 9,19	\$ 110,25	\$ -	\$ 9,38	\$ 112,54	\$ -	\$ 9,57	\$ 114,88	\$ -	\$ 9,77	\$ 117,27
Hojas A4	\$ 4,00		\$ 4,00	\$ 48,00	\$ -	\$ 4,08	\$ 49,00	\$ -	\$ 4,17	\$ 50,02	\$ -	\$ 4,25	\$ 51,06	\$ -	\$ 4,34	\$ 52,12
Esferos	\$ 1,05		\$ 1,05	\$ 12,60	\$ -	\$ 1,07	\$ 12,86	\$ -	\$ 1,09	\$ 13,13	\$ -	\$ 1,12	\$ 13,40	\$ -	\$ 1,14	\$ 13,68
Clips	\$ 1,20		\$ 1,20	\$ 14,40	\$ -	\$ 1,22	\$ 14,70	\$ -	\$ 1,25	\$ 15,01	\$ -	\$ 1,28	\$ 15,32	\$ -	\$ 1,30	\$ 15,64
Grapas	\$ 0,70		\$ 0,70	\$ 8,40	\$ -	\$ 0,71	\$ 8,57	\$ -	\$ 0,73	\$ 8,75	\$ -	\$ 0,74	\$ 8,94	\$ -	\$ 0,76	\$ 9,12
Lápiz	\$ 1,05		\$ 1,05	\$ 12,60	\$ -	\$ 1,07	\$ 12,86	\$ -	\$ 1,09	\$ 13,13	\$ -	\$ 1,12	\$ 13,40	\$ -	\$ 1,14	\$ 13,68
Marcadores Líquidos	\$ 1,00		\$ 1,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 1,02	\$ 12,25	\$ -	\$ 1,04	\$ 12,50	\$ -	\$ 1,06	\$ 12,76	\$ -	\$ 1,09	\$ 13,03
Útiles de aseo y limpieza	\$ 10,30		\$ 10,30	\$ 123,60	\$ -	\$ 10,51	\$ 126,17	\$ -	\$ 10,73	\$ 128,80	\$ -	\$ 10,96	\$ 131,47	\$ -	\$ 11,18	\$ 134,21
Escoba	\$ 2,25		\$ 2,25	\$ 27,00	\$ -	\$ 2,30	\$ 27,56	\$ -	\$ 2,34	\$ 28,13	\$ -	\$ 2,39	\$ 28,72	\$ -	\$ 2,44	\$ 29,32
Palas	\$ 1,15		\$ 1,15	\$ 13,80	\$ -	\$ 1,17	\$ 14,09	\$ -	\$ 1,20	\$ 14,38	\$ -	\$ 1,22	\$ 14,68	\$ -	\$ 1,25	\$ 14,98
Desinfectadoras	\$ 2,00		\$ 2,00	\$ 24,00	\$ -	\$ 2,04	\$ 24,50	\$ -	\$ 2,08	\$ 25,01	\$ -	\$ 2,13	\$ 25,53	\$ -	\$ 2,17	\$ 26,06
Trapeador	\$ 2,50		\$ 2,50	\$ 30,00	\$ -	\$ 2,55	\$ 30,62	\$ -	\$ 2,61	\$ 31,26	\$ -	\$ 2,66	\$ 31,91	\$ -	\$ 2,71	\$ 32,57
Baldes	\$ 2,40		\$ 2,40	\$ 28,80	\$ -	\$ 2,45	\$ 29,40	\$ -	\$ 2,50	\$ 30,01	\$ -	\$ 2,55	\$ 30,63	\$ -	\$ 2,61	\$ 31,27
Servicios Básicos	\$ 120,00		\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ -	\$ 122,50	\$ 1.469,95	\$ -	\$ 125,04	\$ 1.500,53	\$ -	\$ 127,64	\$ 1.531,74	\$ -	\$ 130,30	\$ 1.563,60
Agua	\$ 60,00		\$ 60,00	\$ 720,00	\$ -	\$ 61,25	\$ 734,98	\$ -	\$ 62,52	\$ 750,26	\$ -	\$ 63,82	\$ 765,87	\$ -	\$ 65,15	\$ 781,80
Luz	\$ 60,00		\$ 60,00	\$ 720,00	\$ -	\$ 61,25	\$ 734,98	\$ -	\$ 62,52	\$ 750,26	\$ -	\$ 63,82	\$ 765,87	\$ -	\$ 65,15	\$ 781,80
Depreciación	\$ 69,63	\$ 69,63		\$ 835,60	\$ 71,08	\$ -	\$ 852,98	\$ 72,56	\$ -	\$ 870,72	\$ 74,07	\$ -	\$ 888,83	\$ 75,61	\$ -	\$ 907,32
TOTALES		\$ 796,25	\$ 278,60	\$11.226,60	\$ 812,81	\$ 284,39	\$ 11.460,11	\$ 829,72	\$ 290,31	\$ 11.698,48	\$ 846,98	\$ 296,35	\$ 11.941,81	\$ 864,59	\$ 302,51	\$12.190,20

Gastos de venta

Tabla 67. Gastos de Ventas

Descripción	Gasto		Total	Gasto		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
	mensual	Fijos	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Publicidad	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ -	\$ 153,12	\$ 1.837,44	\$ -	\$ 156,30	\$ 1.875,66	\$ -	\$ 159,56	\$ 1.914,67	\$ -	\$ 162,87	\$ 1.954,50
Redes sociales	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ -	\$ 91,87	\$ 1.102,46	\$ -	\$ 93,78	\$ 1.125,40	\$ -	\$ 95,73	\$ 1.148,80	\$ -	\$ 97,72	\$ 1.172,70
Volantes	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ -	\$ 61,25	\$ 734,98	\$ -	\$ 62,52	\$ 750,26	\$ -	\$ 63,82	\$ 765,87	\$ -	\$ 65,15	\$ 781,80
Sueldo de vendedor	\$ 525,02	\$ 525,02	\$ 6.300,20	\$ -	\$ 535,94	\$ 6.431,24	\$ -	\$ 547,08	\$ 6.565,01	\$ -	\$ 558,46	\$ 6.701,57	\$ -	\$ 570,08	\$ 6.840,96
TOTALES	0	\$ 825,02	\$ 9.900,20	\$ -	\$ 842,18	\$ 10.106,12	\$ -	\$ 859,69	\$ 10.316,33	\$ -	\$ 877,58	\$ 10.530,91	\$ -	\$ 895,83	\$ 10.749,95
TOTALES	\$ 796,25	\$ 1.103,62	\$ 21.126,80	\$ 812,81	\$ 1.126,57	\$ 21.566,24	\$ 829,72	\$ 1.150,00	\$ 22.014,82	\$ 846,98	\$ 1.173,92	\$ 22.472,72	\$ 864,59	\$ 1.198,34	\$ 22.940,16

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

En las tablas N:64 está basada en los detalles de Gastos donde se conoció los gastos anuales y se obtendrá los datos con la proyección de 5 años dándonos como resultado en el año 1. **\$21.126,80** en el Año 2. **\$ 21.566,24** en el Año 3. **\$ 22.014,82** en el Año 4. **\$ 22.472,72** y en el año 5 siendo el último año de la proyección **\$ 22.940,16**.

5.4. Plan de Financiamiento

5.4.1. Forma de Financiamiento

Tabla 68. Forma de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 48.166,39	100	\$ 100,00
Efectivo	\$ 38.766,39	80,48	\$ 80,48
Bienes	\$ 9.400,00	19,52	\$ 19,52
Recursos de terceros		0	\$ -
TOTAL	\$ 48.166,39		\$ 100,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En el plan de financiamiento se determina los recursos con los que cuenta la planta procesadora donde conoce el efectivo con el que cuenta siendo \$ **38.766,39** y en bienes un total de \$ **9.400**, no cuenta con recursos de terceros ya que esta planta procesadora de pulpa de mora cuenta ya con bienes y el apoyo del GAD de Tisaleo, el total de los recursos es de \$ **48.166,39**.

5.5. Cálculo de Ingreso

En el cálculo de ingreso se determina el precio de venta Unitario con el que se presentara al consumidor y al mercado.

Tabla 69. Determinación del precio de venta Unitario

Productos	MP	MO	CIF	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de Utilidad %	Precio de Venta Unitario
Pulpa de Mora	\$261,00	1050,03	\$ 358,33	\$1.669,37	2917	200%	\$ 3.338,73
Total	\$261,00	\$1.050,03	\$ 358,33	\$1.669,37			\$ 3.338,73

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Al determinar el precio de venta unitario se realiza con la obtención del costo total dando como resultado \$1.669,37, con el cálculo de las unidades mensuales de 2917 obteniendo un margen de utilidad del 200% y 3.338,73 obteniendo precio de venta

unitario de \$1,72.

Cálculo de Ingreso anual

Tabla 70. *Cálculo de Ingreso Anual*

Producto	Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas (anuales)	Ingresos del primer año	
Pulpa de Mora	\$ 1,72	35004	\$	60.097,20
Totales		35004	\$	60.097,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

5.5.1. Proyección de ingresos

Tabla 71. *Proyección de Ingresos*

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de Utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de Venta Unitario
			%	\$			
Pulpa de Mora	Unidad	\$ 1.669,37	200%	\$3.338,73	\$ 1.669,37	2917	\$ 1,72
Total		\$ 1.669,37			\$ 1.669,37	\$ 2.917,00	\$ 1,72

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Proyección de Ingresos

Tabla 72. *Proyección de Ingresos*

Productos	Cant	Precio Unitario	Total año 1	Cant	Precio Total	Total año 2	Cant	Precio Total	Total, año 3	Cant	Precio Total	Total, año 4	Cant	Precio Total	Total, año 5
Pulpa de Mora	35004	\$ 1,72	\$ 60.097,20	35732,08	1,75	61347,22	36475,31	1,79	62623,24	37234,00	1,83	63925,8	38008,46	1,86	65255,46
Total, Ingresos			\$ 60.097,20			\$61.347,22			\$62.623,24			\$63.925,8			\$ 65.255,46

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

5.6. Punto de Equilibrio

Tabla 73. *Punto de Equilibrio*

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	\$ 13.540,40	\$ 6.492,00	\$ 20.032,40
Gastos de Administración	\$ 9.555,00	\$ 3.343,20	\$ 12.898,20
Gasto de venta	0	\$ 9.900,20	\$ 9.900,20
Gasto Financiero	0	0	\$ -
Suman	\$ 23.095,40	\$ 19.735,40	\$ 42.830,8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Número de unidades	35004
Precio unitario de venta	\$ 1,72
Ingresos Totales	\$ 60.097,20
<u>Costo Variable Unitario</u>	<u>0,71</u>

Deberá establecerse el punto de equilibrio en tres ámbitos

$$1. \text{ En unidades físicas } PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE \$ = \frac{23.095,40}{1 - \frac{19.735,40}{60.097,20}}$$

$$PE \$ = \$23.095,40$$

$$2. \text{ En unidades monetarias } PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE u = \frac{23.095,40}{1,72 - 0,57}$$

$$PE u = 20.178,10$$

$$3. \text{ En valores relativos (\%)} PE \% = \frac{PE \$}{IT} 100$$

$$PE \% = \frac{\$20.095,40}{60.097,20} 100$$

$$PE \% = 38\%$$

Al determinar el punto de equilibrio en unidades se obtuvo la cantidad de 20.178,10 pulpas de mora, calculando las ventas en equilibrio con un ingreso de \$23.095,40 del año, finalmente calculando el equilibrio de 38%.

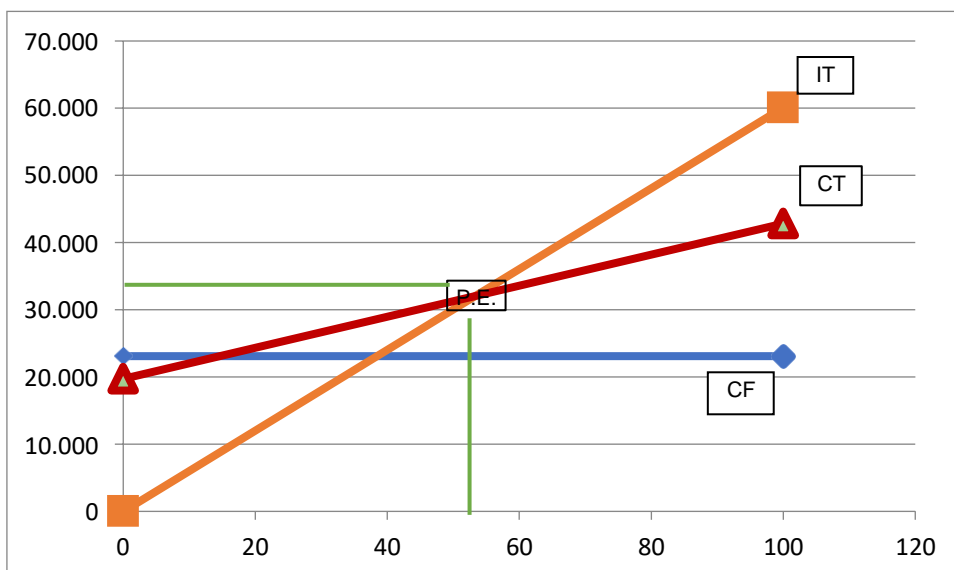


Gráfico 26.

Punto de equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

5.7. Estado de Resultado Projectados

Tabla 74. Estado de Resultado Projectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$60.097,20	\$61.347,22	\$62.623,24	63925,8074	\$65.255,46
(-) Costo de Ventas	\$20.032,40	\$20.449,07	\$20.874,41	\$ 21.308,60	\$21.751,82
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$40.064,80	\$40.898,15	\$41.748,83	\$ 42.617,20	\$43.503,64
(-) Gastos de venta	\$ 9.900,20	\$10.106,12	\$10.316,33	\$ 10.530,91	\$10.749,95
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$30.164,60	\$30.792,02	\$31.432,50	\$ 32.086,29	\$32.753,69
(-) Gastos Administrativos	\$11.226,60	\$11.460,11	\$11.698,48	\$ 11.941,81	\$12.190,20
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$18.938,00	\$19.331,91	\$19.734,01	\$ 20.144,48	\$20.563,49
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$18.938,00	\$19.331,91	\$19.734,01	\$ 20.144,48	\$20.563,49
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 2.840,70	\$ 2.899,79	\$ 2.960,10	\$ 3.021,67	\$ 3.084,52
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$16.097,30	\$16.432,12	\$16.773,91	\$ 17.122,81	\$17.478,96
(-) 0% Impuesto a la renta	\$ 4.024,33	\$ 4.108,03	\$ 4.193,48	\$ 4.280,70	\$ 4.369,74
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$12.072,98	\$12.324,09	\$12.580,43	\$ 12.842,11	\$13.109,22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

5.8. Flujo de Caja

Tabla 75. Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	\$ 48.166,39	\$ 60.097,20	\$ 61.347,22	\$ 62.623,24	\$ 63.925,81	\$ 65.255,46
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 60.097,20	\$ 61.347,22	\$ 62.623,24	\$ 63.925,81	\$ 65.255,46
Recursos Propios	\$ 48.166,39					
Recursos de Terceros						
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 41.159,20	\$ 42.015,31	\$ 42.889,23	\$ 43.781,33	\$ 44.691,98
Materia Prima Directa	\$ -	\$ 3.132,00	\$ 3.197,15	\$ 3.263,65	\$ 3.331,53	\$ 3.400,83
Mano de obra directa	\$ -	\$ 12.600,40	\$ 12.862,49	\$ 13.130,03	\$ 13.403,13	\$ 13.681,92
Costo Indirectos de fabricación	\$ -	\$ 4.300,00	\$ 4.389,44	\$ 4.480,74	\$ 4.573,94	\$ 4.669,08
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 11.226,60	\$ 11.460,11	\$ 11.698,48	\$ 11.941,81	\$ 12.190,20
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 9.900,20	\$ 10.106,12	\$ 10.316,33	\$ 10.530,91	\$ 10.749,95
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ 48.166,39	\$ 18.938,00	\$ 19.331,91	\$ 19.734,01	\$ 20.144,48	\$ 20.563,49
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos propios		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos de Terceros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Créditos a corto plazo o largo plazo	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Otros ingresos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$	-	\$	2.840,70	\$	2.899,79	\$	2.960,10	\$	3.021,67	\$	3.084,52
Inversión realizada	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Adquisición de Activos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Gastos financieros	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Pago de créditos a corto plazo	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Pago de participación de utilidades	\$	2.840,70	\$	2.899,79	\$	2.960,10	\$	3.021,67	\$	3.084,52		
Pago de impuestos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Otros egresos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$	-	\$	2.840,70	\$	2.899,79	\$	2.960,10	\$	3.021,67	\$	3.084,52
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$	48.166,39	\$	16.097,30	\$	16.432,12	\$	16.773,91	\$	17.122,81	\$	17.478,96

H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$	48.166,39	\$	64.263,69	\$	80.695,81	\$	97.469,72	\$	114.592,53
---------------------------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

5.9. Evaluación Financiera

5.9.1. Indicadores

Indicadores Financieros

VAN =	\$ 13.816,77
TIR =	21,5%
BENEFICIO / COSTO =	1,25
PERIODO DE RECUPERACION =	2,9922

5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Al realizar el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se deduce con la diferencia de los ingresos y de los egresos, donde se evalúan los criterios para aceptar o rechazar el proyecto, para realizar el cálculo mencionado es importante calcular el (TMAR), la tasa mínima aceptable de rendimiento, calculo que se presenta a continuación.

Tabla 76. TMAR

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACION	RELACION
		A	O	N	N
	48.166,3				
Capital Propio	9	100,00	10,00	10,00	Tasa Pasiva
Capital financiado	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL, DE LA INVERSIÓN	48.166,3				
	9	100,00		10,00	TMAR

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Para realizar en calculo TMAR se obtiene el porcentaje de ponderación del capital propio más el capital financiado dando como resultado el 10% después se obtendrá el cálculo del VAN de \$ 13.816,77, con el resultado obtenido podemos decir que el proyecto es aceptable, ya que el valor es mayor que cero.

5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

En el cálculo realizado de la TIR del proyecto se obtuvo un resultado de 21.5%, dando a entender que el valor es mayor a la TMAR DEL 10%, dándonos como resultado un proyecto aceptable.

5.9.1.3. Beneficio Costo

Para el cálculo del beneficio conto se realiza la siguiente formula:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos.

VAC: Es el valor actual de la inversión inicial

$$B/C = \frac{60.097,20}{48.166,39}$$

$$B/C = 1.25$$

5.9.1.4. Periodo de recuperación

Al realizar el cálculo de periodo de recuperación, se obtiene el tiempo en el cual se puede recuperar la inversión del producto capital de la inversión.

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

$$Payback = \frac{48.166,39}{48.166,39}$$

$$Payback = 1$$

Tabla 77.Periodo de Recuperación

	AÑOS	MES	DIA
Periodo de Recuperación	1	0	0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

En la tabla N° 77 Podemos observar que el periodo de recuperación para el Proyecto se dara en 1 año

BIBLIOGRAFÍA

- Aiteco. (03 de Enero de 2022). *Desarrollo y Gestión*. Obtenido de Diagrama de Flujo:
<https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/>
- Alcázar Jiménez , N. (2016). *Definición y diseño de productos editoriales*. IC Editorial.
- Amaya Osorio , C. A. (2020). *Costo y presupuestos* . Colombia : Universidad Santo Tomás.
- Banco Central del Ecuador . (2021). *PIB*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Campoverde , V. (2017). *Análisis de mercado para calcular ña demanda insatisfecha*. Machala: UTMACH.
- Control Sanitario. (2013). *Reglamento de registro y control sanitario de Alimentos* . Quito: Lexis.
- Ecoparque . (2019). *Manual de Higiene y seguridad* . Buenos Aires: UPE.
- Evans, J., Lindsay, W., & Arciniega Torres, I. (2015). *Administración y control de calidad (9a.ed)*. Cengage Learning.
- Feijoo Jaramillo , I., Guerrón, J., & García , J. (2018). *Marketing Aplicado*. Machala: UTAMACH.
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón , J., & García Regalado , J. (2018). *Marketing Aplicado en el sector empresarial* . Machala : Ediciones UTMACH.
- GAD. (2021). *Permiso del suelo* . Ambato : Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tisaleo.
- Galarza , D., Garcés , S., & Velásquez, J. (2016). *El cultivo de mora en el Ecuador* . INIAP.
- Gillet Goinard, F. (2015). *La caja de Herramientas: control de calidad* . Grupo Editorial Patria .
- Gobierno del Encuentro. (27 de Enero de 2022). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Gutiérrez Rojas , A. (2016). *Estrategias de Muestreo*. Ediciones de la U .
- Herrera , R., & Baquero , B. (2018). *Las 5 Fuerzas de Porter*. Universidad de Chile.
- IESS. (2021). *Afiliación y Cobertura*. Quito.
- INEC. (2017). *Panorama laboral y empresarial del Ecuador* . Quito.
- INIAP. (2016). *Cultivo de mora en el Ecuador* . INIAP.
- Jabaloyes Vivas, J., Carot Sierra, J., & Carrión García, A. (2020). *Introducción a la*

- gestión de la calidad* . Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia .
- MAGAP. (2010). *Asociación de productores agropecuarios Santa Lucia Centro* . Ambato .
- MAGAP. (2013). *Manual de Cultivo de la Mora de Castilla*. Quito .
- Martínez Bencardino, C. (2018). *Estadística y muestreo*. Ecoe Ediciones.
- Martínez Valverde , J. (2018). *Sistema de Informacion de mercados*. Ediciones Paraninfo, SA.
- Mayorga, R., Virgen , A., Martínez , A., & Salazar , D. (2020). *Prueba Piloto*. Hidalgo: Publicación Semestral Vol. 9.
- Ministerio de Telecomunicaciones . (2020). *Gobierno del Encuentro* . Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/>
- Ministero del Trabajo . (2022). *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramienot del medio Ambiente*. Ministerio .
- Normativa Sanitaria. (2016). *Registro Sanitario* . Quito : Lexis .
- Oporta, S., Torres, D., & Catillo, M. (2018). *Marketing Estratégico*. Managua: UNAN.
- Pardo Álvarez, J. M. (2017). *Gestión de procesos y riesgo operacional*. Madrid: AENOR.
- Pazmino, H. (2018). *Estudio de Mercado*. Univesidad Ecotec.
- Pérez Zaragoza, A. (14 de 02 de 2022). *Operación de sistemas contables*. Obtenido de Conalep: <https://www.conalep.edu.mx/UODDF/Planteles/venustiano-carranza-I/docentes/PublishingImages/MATERIAL/ASDI/3erSemestre/Operaci%C3%B3n%20de%20Sistemas%20Contables/Activo%20fijo%20y%20depreciaci%C3%B3n%20final.pdf>
- Salgado Benítez, J., Guerrero López , L., & Salgado Hernández, N. (2016). *Fundamentos de administración*. Grupo editorial Éxodo.
- Sánchez de Puerta , P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing* . IC Editorial.
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing* . IC Editorial.
- Sánchez Quezada, T., & León Serrano , L. (2018). *La política economica en la gestión empresarial*. Machala: Editorial UTMACH.
- Santesmases Mestre, M. (2015). *Fundamentos de mercadotecnia* . Grupo Editorial Patria.

- Suarez Amaya , W., Díaz Barrios , J., & Perreira Brugos , M. (2021). *Perfil competitivo como herramienta para la gestión estratégica*. Hallazgos .
- Teneda , E. (2021). *Optimización del proceso de producción de pulpa de mora para los agricultores del cantón Tisaleo*. Ambato: Universidad Indoamerica.
- Teneda, E. (2021). *Ficha Técnica* . Ambato: Universidad Indoamerica .
- Toro , J. M., & Villanueva , J. (2017). *Marketing Estratégico* . EUNSA.
- Torres Hernandez , Z. (2015). *Administración estratégica*. Grupo Editorial Patria.
- Torres Hernández, Z. (2015). *Administración Financiera*. Grupo Editorial Patria.
- Trujillo, B. J. (2018). *Segmentación*. Quito: UIDE.
- Velasco , C., & García, P. (2016). *Tecnología de alimentos y evolución en los alimentos de textura modificada*. España: Grupo Aula Médica.
- Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing estratégico* . EUNSA.

ANEXOS

Ilustración 4 Cuestionario

Cuestionario

Seleccione el que rango de edad en el que se encuentra

- De 20 a 24 años
- De 25 a 29 años
- De 30 a 34 años
- De 35 a 39 años
- De 40 a 44 años
- De 45 a 49 años
- De 50 a 54 años
- De 55 a 59 años

1. ¿Usted compra mora?

- Sí
- No

2. ¿Con que frecuencia consume mora?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

3. ¿La mora que usted ha comprado se le ha llegado a dañar?

- Sí
- No

4. ¿Usted ha consumido pulpa de mora?

- Sí
- No

5. ¿Usted usualmente donde compra su pulpa de mora?

- Tiendas
- Supermercados
- No compro Pulpa

5.1. Si su respuesta anterior fue si, cual ha sido su experiencia al consumir pulpa de tiendas o supermercados.

- Y No es 100% pulpa
- Y Es 100% Pulpa
- Y En jugos tiene un sabor artificial
- Y No compro Pulpa

6. Sabía usted que la pulpa de mora procesado puede durarle hasta 3 meses?

- Y Sí
- Y No

7. Que cantidad de pulpa le gustaría adquirir en sus compras?

- Y 500g
- Y 1000g

7.1. Según los gramos que selecciono en la respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar. a y b hacen referencia a 500g, c y d hacen referencia a 1000g.

- \$1.50
- \$2.00
- \$2.50
- \$3.00

8. Que le motivaría a usted a consumir la pulpa de mora?

- Y Precios
- Y Calidad
- Y Nutrición
- Y Diseño

9. De las redes sociales que existen, cual es el de su preferencia.

- Y Facebook
- Y Twitter
- Y WhatsApp
- Y YouTube

10. De acuerdo al material, como considera usted que se debería vender la pulpa.

Υ Envases de Plásticos

Υ Envases de Vidrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 5 Terreno de futura planta procesadora



Fuente: GAD Tisaleo.

Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 6. Avalúos y Catastros



Fuente: GAD Tisaleo.

Elaborado por: Avalúos y Catastros

Ilustración 7. *Explicación de los Beneficios de la mora*



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 8. *Selección de materia prima*



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 9. Patentes de Tisaleo

TISALEO **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tisaleo**

CONTRIBUYENTE: PEREZ SALINAS ALFOSO ISAIAS

Nº 0442376

RUC/Cédula: 1802101285001 Ciu: 38541

Nro. Emisión: 230655
Clave: PAT_2022759

PATENTE MUNICIPAL
Correspondiente: 2022

Dirección contribuyente: SAN DIEGO

Rubro / Componente	Valor
PATENTE MUNICIPAL	10,00
ESPECIE	2,00

Subtotal : **** 12,0
Desc. : **** 0,00
Recargo : **** 0,00
Interés : **** 0,00
Coactiva : **** 0,00

Total: ** 12,00**

Número de Pago : 160216
Fecha Emisión: 01-01-2022
Fecha de Pago: 01-02-2022

Descripción: Actividad : TIENDA DE ABARROTES Tipo : NO PROFESIONAL
Dirección: TISALEO - SAN DIEGO Razon Social PEREZ SALINAS ALFOSO ISAIAS
Base imponible : 1000 **BASE:** 1.000,00 **CODIGO :** PAT_2022759

AREVALO MEJIA SONIA DEL PILAR **COPIA**


Matriz: Central 17 de Noviembre S/N y Cacique Tisaleo
Tel: (03) 2 751 200 / www.tisaleo.gob.ec / TISALEO - ECUADOR

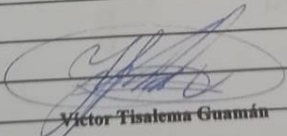
PRINTEX


Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: GAD de Tisaleo

Ilustración 10. Solicitud de Permiso de Suelo

ESPECIE VALORADA
USD: 1,00

 **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE TISALEO**
TISALEO - TUNGURAHUA - ECUADOR

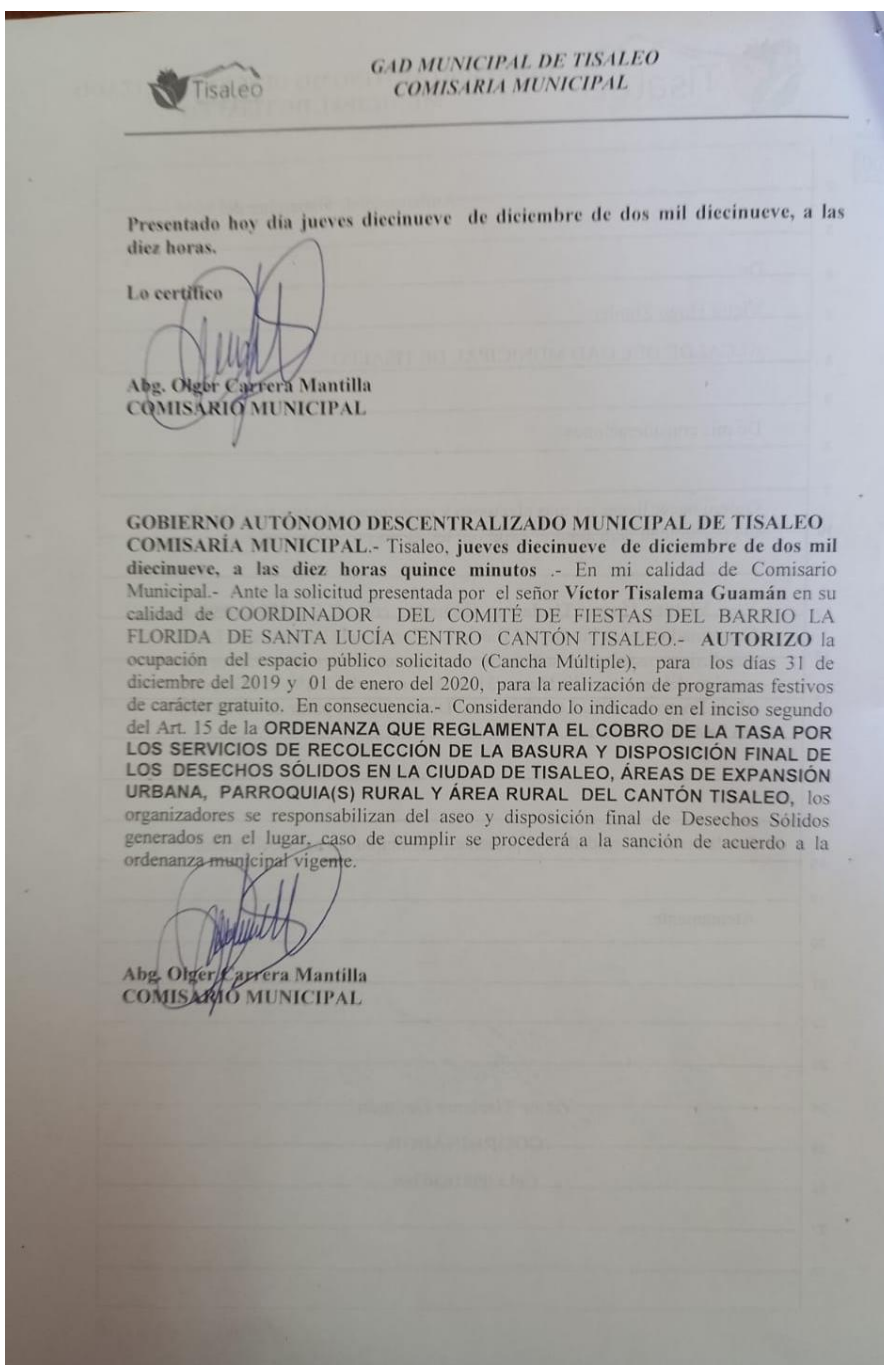
1
2 Ambato, 19 de Diciembre del 2019
3
4 Dr.
5 Víctor Hugo Zumba
6 ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE TISALEO
7
8 De mis consideraciones
9
10 Quiero hacer llegar mi más afectuoso y respetuoso saludo a usted y sea
11 la oportunidad para augurar éxitos en todos sus proyectos y metas.
12 Yo, Victor Hugo Tisalema Guamán con C.C. 180456899-4,
13 Coordinador de las Fiestas del Barrio La Florida del Caserío Santa Lucía
14 me dirijo a usted para solicitarle me autorice el uso del suelo de las
15 canchas del sector, el día Martes 31 de Diciembre del 2019 y el Miércoles
16 01 de Enero del 2020 Las Fiestas del Divino Niño a partir de las 12H00
17 am hasta las 02H00 am.
18
19 Por la atención brindada a la presente, le anticipo mi agradecimiento.
20
21 Atentamente,
22
23 
24 Víctor Tisalema Guamán
25 COORDINADOR
26 Cel.: 0981630769
27
28

GOBIERNO MUNICIPAL DE TISALEO
CORRESPONDENCIA RECIBIDA
Y REGISTRADA
Tisaleo, 19 DIC 2019
Hora CRH45 C.C.
Responsable: 

Nº 035756

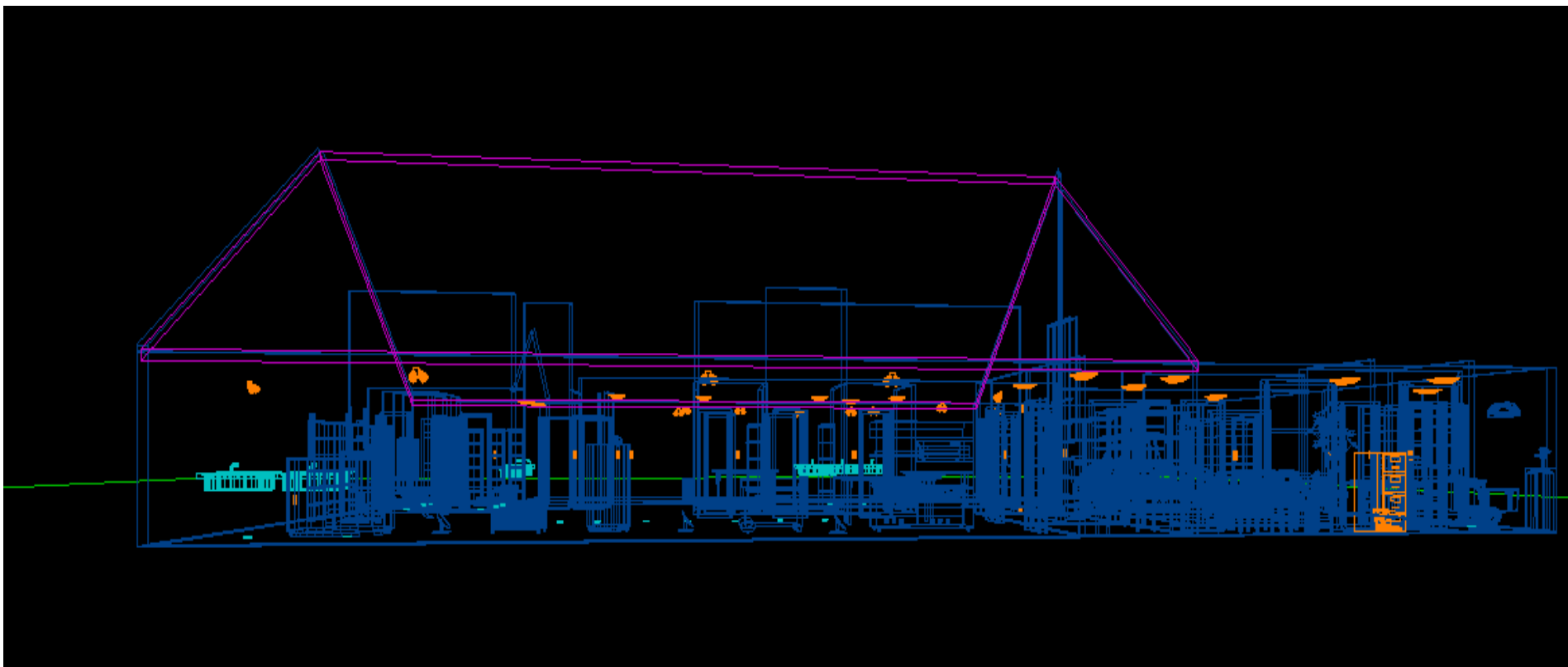
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: GAD de Tisaleo

Ilustración 11. Aprobación del Comisario, para el uso del suelo



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: GAD de Tisaleo

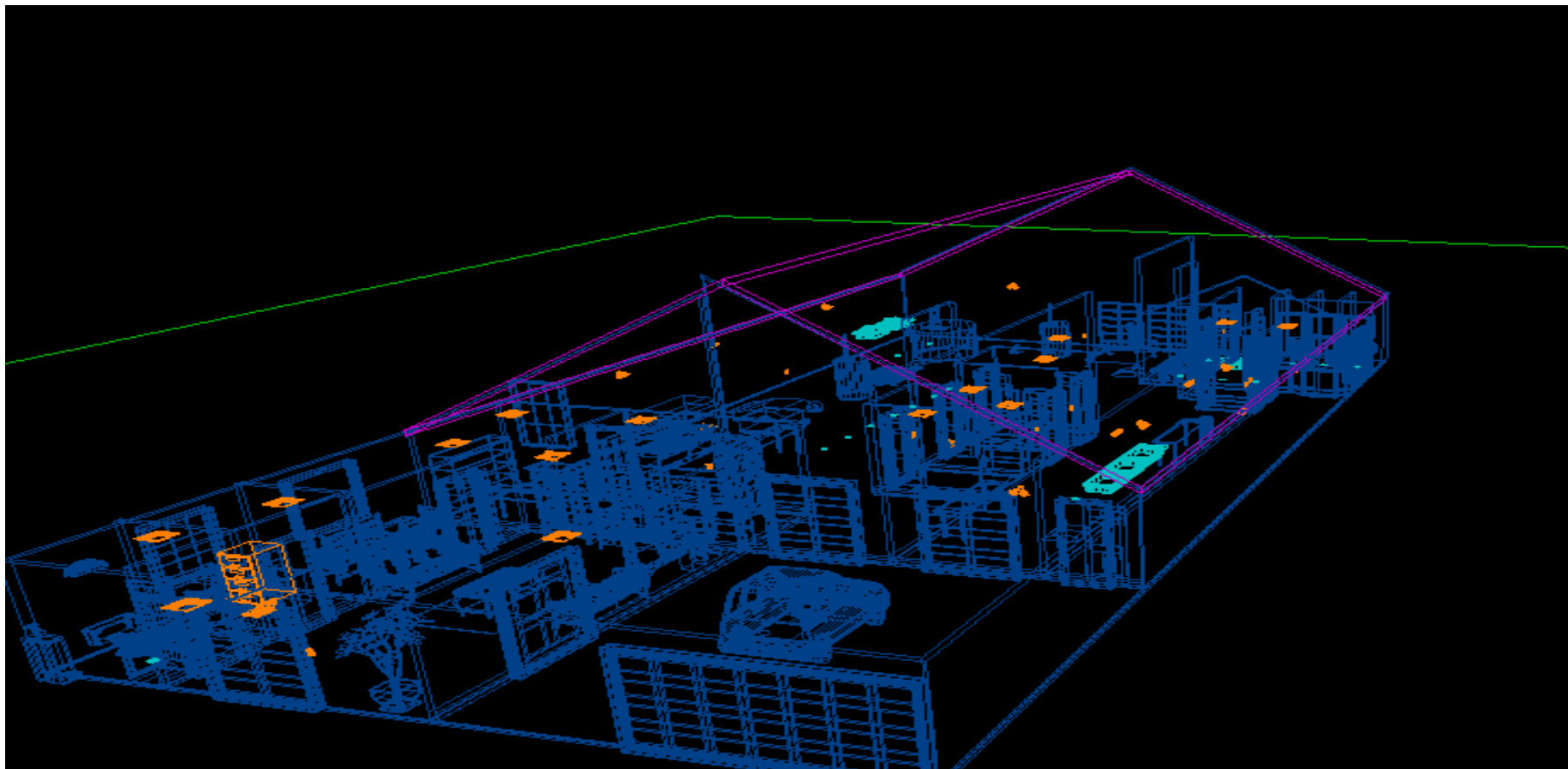
Ilustración 12. Propuesta de la plata procesadora vista lateral



Fuente: GAD de Tisaleo

Elaborado por: Estrada A., Montañó M, & Quelal M.

Ilustración 13. Propuesta de la planta procesadora vista superior



Fuente: GAD de Tisaleo

Elaborado por: Estrada A., Montañó M., & Quelal M.

Guía para Codificación / Descodificación De Proveedores

REQUISITOS MÍNIMOS PARA SER CODIFICADO COMO PROVEEDOR

Para ser considerado proveedor de CORPORACIÓN EL ROSADO, se tomará en cuenta lo siguiente:

- a. Ser persona natural legalmente capaz o persona jurídica legalmente constituida o domiciliada en el país, de conformidad con la legislación vigente;
- b. Tener Registro Único Contribuyentes;
- c. Cuando el proveedor sea extranjero se cumplirá los requisitos legales pertinentes, que permitan establecer las responsabilidades administrativas, civiles o penales adecuadas de ser el caso;
- d. Cuando el proveedor presente un producto que ingrese por primera vez al mercado deberá adjuntar documentos de producción que contengan información que le permita al supermercado verificar capacidad comercial, financiera, operativa, de producción y suministro, a fin de evitar delitos como el lavado de activos, etc.;
- e. Estar vinculado a los sistemas tecnológicos de información que se emplean por el supermercado cuando su registro o inscripción sean requerido;

REQUISITOS MÍNIMOS PARA SER DESCODIFICADO COMO PROVEEDOR

Se consideran como requisitos mínimos generales para la descodificación de un proveedor los siguientes:

- Que los productos del proveedor dejen de cumplir las normativas legales exigidas en el Art. 17 del Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados.
- Que el proveedor incumpla las obligaciones expresamente señaladas en el Art.5 del Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados.
- Que el proveedor incumpla los lineamientos de entrega de productos especificados en el Art.10 del Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados.
- Que exista incumplimiento del proveedor en cualquiera de las cláusulas del contrato de provisión de mercaderías firmado entre este y Corporación El Rosado.

Fuente: Mi caserita

Elaborado por: Julisa Velasco

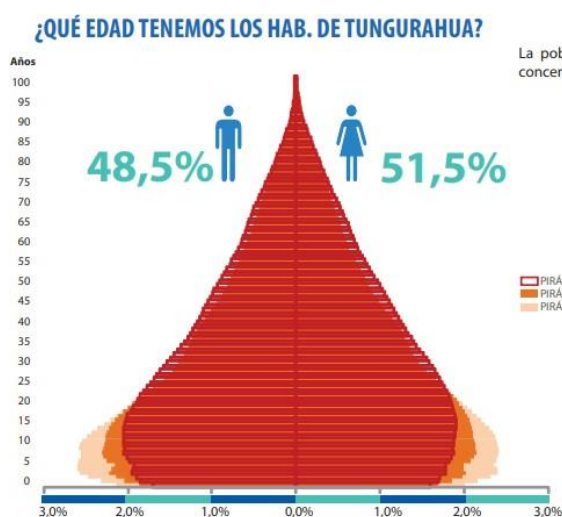
Ilustración 15. Punto de distribución Propuesto



Fuente: Alkosto

Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 16. Población de Tungurahua



La población de la provincia de Tungurahua, según el Censo del 2010, se encuentra concentrada principalmente en edades jóvenes.

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	1.098	0,2%	398	0,1%
De 90 a 94 años	1.275	0,3%	1.207	0,2%
De 85 a 89 años	2.764	0,6%	3.163	0,6%
De 80 a 84 años	4.550	1,0%	5.612	1,1%
De 75 a 79 años	6.850	1,6%	7.867	1,6%
De 70 a 74 años	8.606	2,0%	10.581	2,1%
De 65 a 69 años	10.372	2,4%	13.675	2,7%
De 60 a 64 años	12.470	2,8%	15.761	3,1%
De 55 a 59 años	13.602	3,1%	18.951	3,8%
De 50 a 54 años	17.837	4,0%	21.629	4,3%
De 45 a 49 años	19.456	4,4%	26.371	5,2%
De 40 a 44 años	23.705	5,4%	28.966	5,7%
De 35 a 39 años	27.678	6,3%	32.874	6,5%
De 30 a 34 años	30.367	6,9%	37.189	7,4%
De 25 a 29 años	33.298	7,5%	42.233	8,4%
De 20 a 24 años	41.475	9,4%	45.622	9,0%
De 15 a 19 años	45.287	10,3%	49.701	9,8%
De 10 a 14 años	47.913	10,9%	49.194	9,7%
De 5 a 9 años	48.158	10,9%	48.391	9,6%
De 0 a 4 años	44.273	10,0%	45.198	9,0%
Total	441.034	100,0%	504.583	100,0%

Fuente: (INEC, 2010).

Elaborado por: Julisa Velasco

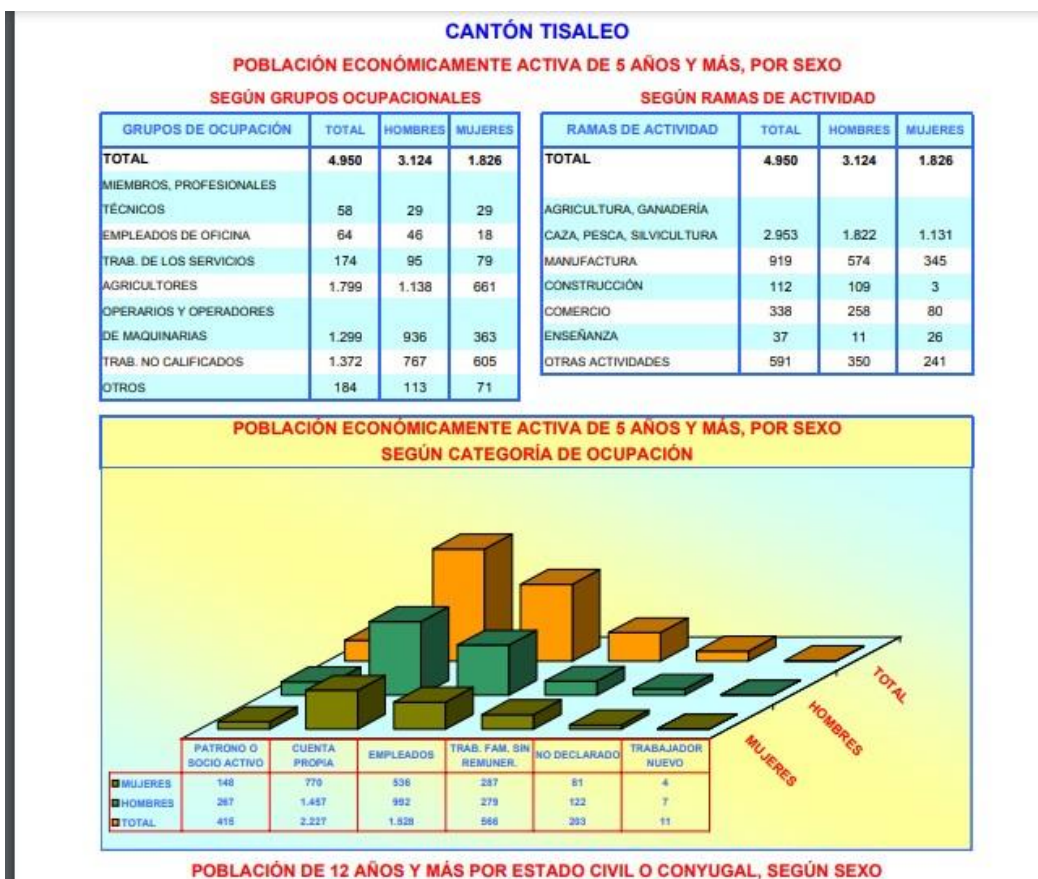
¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres****	Analfabetismo	Edad promedio
Ambato	159.830	65,3%	170.026	65,4%	329.856	116.466	116.349	89.317	327,4	7,0%	30
Baños	10.034	4,1%	9.984	3,8%	20.018	8.180	8.112	5.691	322,6	3,7%	31
Cevallos	4.028	1,6%	4.135	1,6%	8.163	2.967	2.966	2.267	346,7	4,2%	32
Mocha	3.356	1,4%	3.421	1,3%	6.777	2.771	2.771	1.991	329,3	6,2%	33
Patate	6.720	2,7%	6.777	2,6%	13.497	5.252	5.248	3.654	379,3	9,1%	30
Quero	9.489	3,9%	9.716	3,7%	19.205	7.598	7.597	5.332	370,6	9,9%	30
San Pedro de Pelileo	27.327	11,2%	29.246	11,3%	56.573	19.949	19.939	14.904	345,2	8,7%	30
Santiago de Pillaro	18.091	7,4%	20.266	7,8%	38.357	16.799	16.795	10.985	315,8	11,2%	31
Tisaleo	5.908	2,4%	6.229	2,4%	12.137	4.442	4.440	3.293	321,3	7,3%	31
Total	244.783	100%	259.800	100%	504.583	184.424	184.215	137.434			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Fuente: (INEC, 2010).
Elaborado por: Julisa Velasco

Ilustración 18. PEA Tisaleo



Fuente: (INEC, 2010).
Elaborado por: Julisa Velasco