



Diciembre 2019 - ISSN: 1696-8352

## **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE JUGO DE GUANÁBANA EN SANTO DOMINGO.**

**Ing. Gabriela Estefani Uriarte Barragán<sup>1</sup>**

Universidad Tecnológica Equinoccial Santo Domingo-Ecuador

gabriela.uri94@hotmail.com

**Ing. Jefferson Paúl Quishpe Enríquez<sup>2</sup>**

Universidad Tecnológica Equinoccial Santo Domingo-Ecuador

jefferson\_paul777@hotmail.com

**Ing. Angélica María Arequipa Giler<sup>3</sup>**

Universidad Central del Ecuador Quito-Ecuador

arequipaangelica0401@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Gabriela Estefani Uriarte Barragán, Jefferson Paúl Quishpe Enríquez y Angélica María Arequipa Giler (2019): "Plan de negocio para la creación de una empresa destinada a la producción y distribución de jugo de guanábana en Santo Domingo", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (diciembre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/12/produccion-jugo-guanabana.html>

### **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar un Plan de Negocio para la creación de una empresa destinada a la producción y distribución de jugo de Guanábana en Santo Domingo. Las principales fuentes de información en que se basó este trabajo corresponden a la entrevista realizada a la Ing. Katherine Macas quien es la productora de la bebida de guanábana y las encuestas realizadas en varios puntos de la ciudad, mediante las cuales se verificó que la demanda del producto es alta, debiendo producirse 377.544 unidades anuales para un nicho de mercado (estudiantes de colegio y universidad). La principal característica de este producto es el registro sanitario, debido a que a pesar de no tener competencia directa en el mercado si existen productos artesanales vendiéndose en el

mercado informal y de acuerdo con la información recolectada existe un alto interés en obtener beneficios en la salud a través del jugo de guanábana. En el diagrama de procesos se estableció que por cada 100 kg de guanábana se producirá 359,14 Litros del Jugo de Guanábana, debiendo producir 1.504 unidades al día para poder satisfacer las necesidades del mercado. La Inversión Inicial es de \$313.091,50 de los cuales 70% es préstamo a la CFN \$214.014,20 y el 30% capital propio \$99.077,30, con un VAN de 546.672,38, un TIR del 80%. El punto de equilibrio se produce al segundo año de ejecutado el proyecto, al producirse 211180,92 unidades, con un costo fijo de \$95.025 y un costo variable de \$0,55 por cada botella que se obtiene. Este tiempo será necesario para que nuestro proyecto genere utilidades. Es importante señalar que el riesgo país corresponde al 3,09% que está definido como bajo, comparado con otros proyectos, por tanto se prevee que existirán empresas extranjeras que quieran invertir su dinero y esto ayudará al mejoramiento de los estándares de calidad del producto.

**Palabras claves:**

Plan de negocio-Demanda-Producción

## **1.- INTRODUCCIÓN**

El elevado consumo de bebidas azucaradas a nivel mundial, disminuye la calidad de la dieta alimenticia. La característica principal de este tipo de líquidos es la presencia de sacarosa o fructosa (es decir, azúcares libres, entre los que figuran los monosacáridos y disacáridos añadidos a los alimentos y bebidas por fabricantes, cocineros o consumidores y los azúcares naturalmente presentes en la miel, jarabes, zumos de frutas y concentrados de zumos de frutas), a menudo en grandes cantidades contribuyen a la densidad energética total de la dieta, Este aumento de calorías aportadas por las bebidas azucaradas, asocia poco valor nutricional y un aumento malsano de peso, además de no proporcionar la misma sensación de plenitud que ofrece el alimento sólido. (Organización Mundial de la Salud, 2015).

Existen una gran cantidad de frutos con un alto índice de beneficios para la salud de las personas como por ejemplo la guanábana. Según el Informe 21 (2015), por cada 100 gramos de ésta fruta al día se puede consumir 20 de los 60 mg de vitamina C que necesita el cuerpo humano aumentando la respuesta inmunológica y reduciendo enfermedades virales o infecciones. A nivel económico, los cultivos de guanábana en la provincia de Santo Domingo ocupan el tercer lugar de entre las frutas que más se cosechan. La fruta de guanábana y el jugo tienen alta demanda, y en la actualidad existen negocios autónomos que comercian esta bebida. Al establecer la situación de la oferta, demanda, la competencia y los proveedores en el mercado de Santo Domingo, determinar la rentabilidad del proyecto y la operatividad técnica, financiera; podemos diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa destinada a

la producción y distribución de este producto tan beneficioso para la salud de los consumidores y la economía de la provincia.

## 2.- MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1.- Entrevista

Se empleó este instrumento con preguntas abiertas dirigidas a la Ing. Agroindustrial Katherine Macas, quien a la fecha cuenta con una producción artesanal de jugo de guanábana, ya que no existen más productores formales de una bebida de Guanábana en la ciudad de Santo Domingo.

### 2.2.- Encuestas

Este mecanismo de información fue de vital importancia, ya que se diseñó y aplicó tomando en cuenta los objetivos de la investigación, lo cual permitió determinar con claridad el estado situacional de los consumidores de jugo de guanábana en el mercado.

#### 2.2.1.- Muestra

Para la realización de las encuesta se requirió determinar el tamaño muestral para lo cual consideró una población finita, ya que se conoce de antemano la población total de Santo Domingo, datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Esatadística y Censos (2010).

Fórmula aplicada:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 368013 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(368013 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383.76 \text{ encuestas}$$

Donde:

- n Tamaño de la muestra del mercado objetivo a ser investigada.
- Z Nivel de confianza. (1,96).
- N Tamaño total de la población objetivo (368013)
- P 0,5.
- Q 0,5.
- E precisión (5%)  $5/100= 0.05$

## 2.- EL MERCADO

Las bebidas de guanábana según el análisis Michael Porter (Figura 1), no tendrían competidores directos. Las gaseosas o jugos son una competencia indirecta porque son un derivado de nuestro producto. Los productos sustitutos, son elaborados artesanalmente en el mercado informal. Los supermercados con un alto poder de negociación con la empresa son Supermaxi, Mi Comisariato, Gran Akí, Corporación El Rosado, Coral, Instituciones educativas y Universidades los cuales llegarían a los consumidores fácilmente. Los consumidores podrían fácilmente cambiarse a otras marcas, por lo cual el marketing nos permitirá diferenciar este producto de otro.

### 2.1.- Análisis Michael Porter

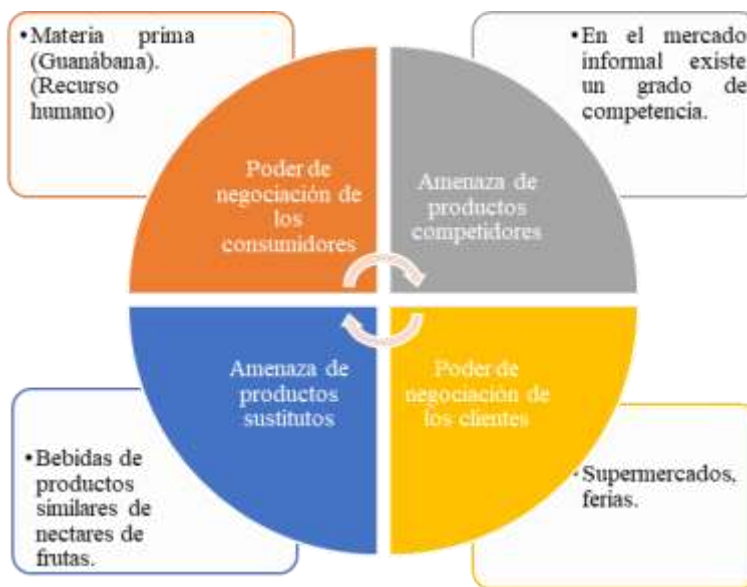


Figura 1 Análisis de Porter. Actualmente no existe un competidor directo para el producto únicamente existen productos derivados.

## 2.2.- Oferta y demanda

Actualmente en Santo Domingo no existe registro de alguna empresa que se dedique a la elaboración de este jugo, pero si existe un mercado informal que lo elabora y los distribuye en las calles.

La demanda actual en unidades es de 377.544 botellas que se venderán en forma anual, a estudiantes de secundaria y universidad de la provincia de Santo Domingo.

Tabla 1

### *Segmentación de mercado*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	42	10,9
Secundaria	117	30,5
Universidad	221	57,6
Postgrado	4	1,0
Total	384	100,0

El mercado meta de este producto está entre los universitarios y los estudiantes de secundaria debido a que estos son quienes consumen regularmente este tipo de bebidas.

## 2.3 Proveedores

Tabla 2

### *Proveedores*

Proveedor	Producto	DIRECCIÓN
EXOFRUT	Guanábana	Guayaquil, km 19 vía a la costa
ALIMENTOS S.A	Pulpa De Guanábana	Santo Domingo de los Tsáchilas.
FRUTI MUNDO	Guanábana	Santo Domingo de los Tsáchilas.

Los proveedores que nos ayudaran con la adquisición de la materia prima, están ubicados cerca de nuestro negocio por cual esto representa una ventaja competitiva.

La materia prima se encuentra en los alrededores de la planta de producción, ubicada en la vía Esmeralda en el kilómetro 1 1/2 por lo que se evita largas distancias de traslado del material. Con un abastecimiento continuo de materia prima, para el sustento del proyecto como se muestra en la Tabla 2.

## 2.2 Análisis de procesos

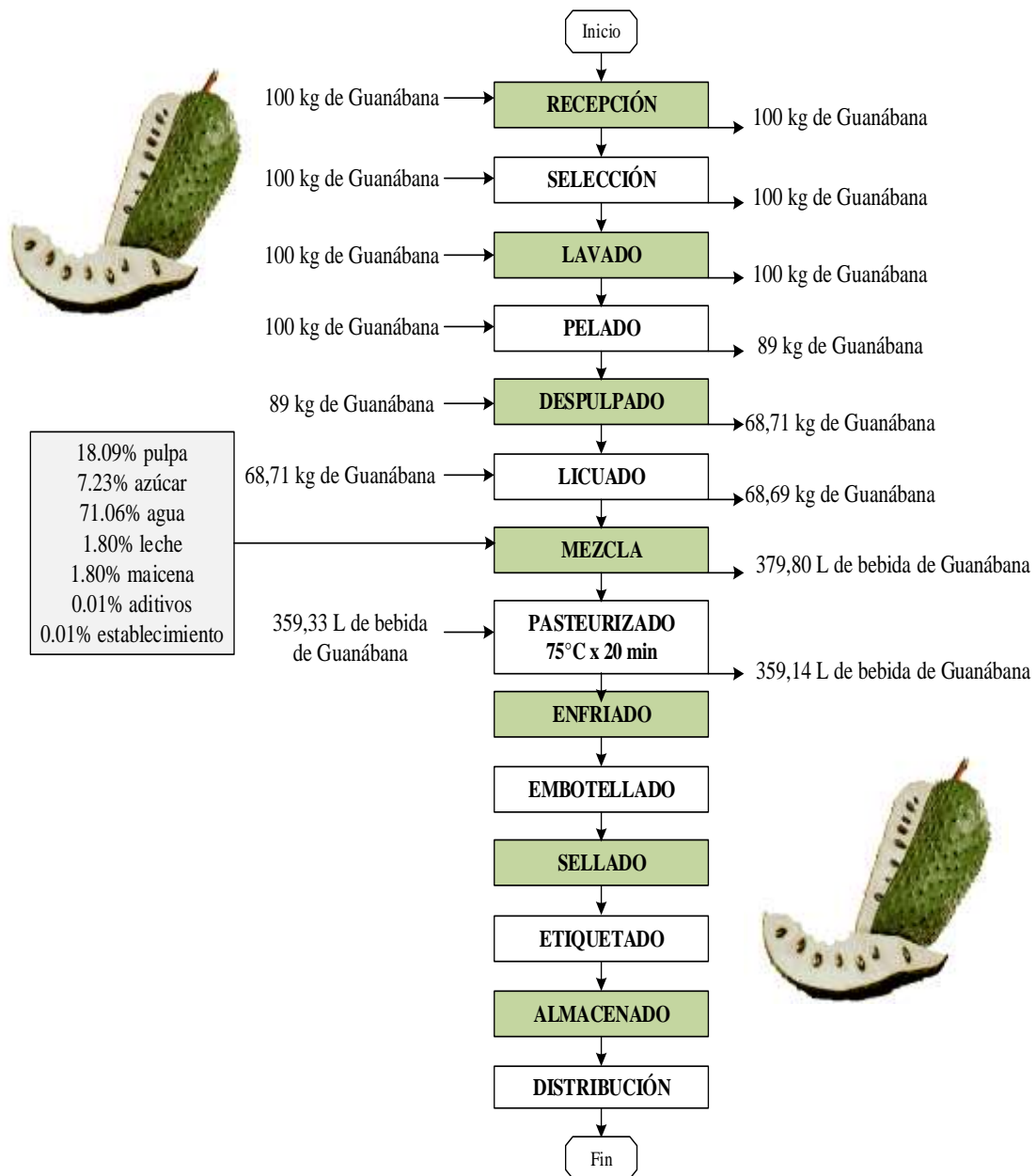


Figura 2. Analizando el proceso de producción se determinó que por cada 100kg de Guanábana se obtiene 359,14 Litros del Jugo de Guanábana.

El proceso productivo, como se muestra en la figura 2, se iniciará con una despulpadora de capacidad igual a 50kg por hora. La planta generará 1504 botellas por día, requiriendo 166,86 kg de guanábana. De acuerdo con el factor de utilización del equipo igual al 0,5%, se puede incrementar la producción considerando el incremento de mercado del 5% anual. (Uriarte, 2017).

### 3.- RESULTADOS

#### 3.1 Análisis cuantitativo del mercado potencial

El levantamiento de encuestas a 384 individuos de la población de Santo Domingo de los Tsáchilas, donde se analizó el consumo, la frecuencia y la preferencia de bebidas azucaradas, además del conocimiento de los beneficios de la guanábana y el análisis de su consumo dentro de la dieta de los estudiantes de colegio y Universidad mostro un alto interés en el consumo de jugo de guanábana.

#### Consumo de bebidas azucaradas

Tabla 3

*Consumo de bebidas azucaradas*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	92,7
No	28	7,3
Total	384	100,0

La mayor cantidad de la población encuestada consume bebidas azucaradas. (Uriarte, 2018)

En relación al consumo de bebidas azucaradas, Tabla 3, se observa que el 92,7% si consumen bebidas azucaradas, y el restante 7.3% no tiene el hábito de consumo, dichos resultados permitirán segmentar el mercado de acuerdo a las preferencias de los consumidores que está bien definida por los resultados obtenidos.

Tabla 4

*Frecuencia de bebidas azucaradas*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
0	21	5,5
1-2	182	47,4
3-5	131	34,1
>5	50	13,1
Total	384	100,0

La mayoría de personas tiene un hábito de consumo de bebidas azucaradas de entre 1 y 2 veces por semana. (Uriarte, 2018)

El 47,4% de la población consume entre 1 y 2 veces por semana bebidas azucaradas, seguido del 34,1 % que consume de 3 a 5 veces por semana y se observa también que el 13,1 % consume más de 5 veces por semana esta clase de bebidas. Ver tabla 4.



Tabla 5

Preferencias del tipo de bebidas azucaradas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Jugos naturales	225	58,6
Néctares	38	9,9
Té helado	27	7,0
Gaseosas	81	21,1
Bebidas dietéticas	2	0,5
Otros	11	2,9
Total	384	100,0

Los jugos naturales son preferidos por más del 50% de la población encuestada. (Uriarte, 2018)

Según las cifras de la Tabla 5 podemos observar que el 58,6 % de las personas encuestadas prefieren consumir jugos naturales, mientras que el 21,1% consume bebidas gaseosas y el restante de personas prefieren adquirir néctares, té helados, bebidas dietéticas u otros.

Tabla 6

*Conocimiento del valor nutricional de la guanábana*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	28,4
No	232	60,4
Pocas	43	11,2
Total	384	100,0

Más del 50% de la población desconoce del valor nutricional de la guanábana. (Uriarte, 2018)

Analizando los datos de la Tabla 6 podemos darnos cuenta que el 60.4% de personas encuestadas desconocen el valor nutricional que tiene la Guanábana y con un 28.4% tienen conocimiento del valor nutricional de la Guanábana.

Tabla 7

*Consumo de jugo de Guanábana mejoría su salud*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	70.6
No	26	6.8
Depende	87	22.7
Total	384	100.0

La mayor parte de Personas encuestadas están de acuerdo que el jugo de Guanábana ayuda a mejorar la salud. (Uriarte, 2018)

Un alto índice de encuestados con un 70,6% de personas encuestadas aceptan que beber jugo de Guanábana es saludable para el cuerpo humano y por otra parte un 22.77% de personas concuerdan que depende de diferentes factores y por último un 6.8% no esta de acuerdo que beber jugo de guanábana es Beneficioso para la salud.

Tabla 8

*Importancia a la hora de comprar un producto*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	284	73.4
Precio	54	14.1
Cantidad	18	4.7
Servicio	15	3.9
Disponibilidad	15	3.9
Total	384	100.0

La calidad del producto es un factor decisivo para la ciudadanía de Santo Domingo a la hora de comprar un producto. (Uriarte, 2018)

La calidad del producto es un factor decisivo a la hora de adquirirlo, como lo muestra la tabla 8, por lo cual nuestra población de estudio parecería estar en interesada en comprar un alimento sin importar su precio y esto también se refleja en que menos del 20% de la población señala al factor económico como influyente en el momento de obtenerlo.

Los estudiantes de Universidad y colegio estarían dispuestos a adquirir jugo de guanábana, a l menos en un 53,91% con la intención de mejorar su salud a un precio de 1 dólar y muy probablemente lo harían al menos de 1 a dos veces por semana (Uriarte, 2018).

Detalle	Años													
	0	1	2	3	4	5	6							
<b>Desembolso inicial de la inversión</b>														
Remodelación de planta	\$	10.000,00												
Muebles y enseres	\$	1.103,00												
Equipo de computación	\$	1.060,00												
Equipo de producción	\$	28.710,00												
Gastos de preoperacionales	\$	9.741,38												
Capital de trabajo	\$	270.870,47												
<b>Inversión inicial</b>	<b>\$</b>	<b>321.484,84</b>												
<b>Flujo de efectivo operativo adicional</b>														
<b>Ingresos</b>														
	\$	377.543,68	\$	468.106,97	\$	535.748,43	\$	613.164,07	\$	701.766,28	\$	803.171,51		
(-) Costo de materia prima	\$	190.257,71	\$	202.199,12	\$	210.149,79	\$	244.687,75	\$	285.273,10	\$	333.002,91		
(-) Costo de ventas	\$	800,00	\$	812,00	\$	824,18	\$	836,54	\$	849,09	\$	861,83		
(-) Costo (sueldos)	\$	48.250,87	\$	52.593,45	\$	57.326,86	\$	62.486,27	\$	68.110,04	\$	74.239,94		
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$</b>	<b>138.235,10</b>	<b>\$</b>	<b>212.502,40</b>	<b>\$</b>	<b>267.447,61</b>	<b>\$</b>	<b>305.153,51</b>	<b>\$</b>	<b>347.534,06</b>	<b>\$</b>	<b>395.066,83</b>		
(-) Gastos de administración	\$	5.714,50	\$	5.771,65	\$	5.829,36	\$	5.887,66	\$	5.946,53	\$	6.006,00		
(=) Total de gastos operacionales	\$	5.714,50	\$	5.771,65	\$	5.829,36	\$	5.887,66	\$	5.946,53	\$	6.006,00		
(-) Gastos financieros	\$	16.671,70	\$	13.817,98	\$	10.741,95	\$	7.426,30	\$	3.852,35	\$			
(=) Utilidad antes de participación	\$	115.848,90	\$	192.912,78	\$	250.876,30	\$	291.839,56	\$	337.735,17	\$	389.060,83		
(-) 15% participación de trabajadores	\$	17.377,34	\$	28.936,92	\$	37.631,44	\$	43.775,93	\$	50.660,28	\$	58.359,12		
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>98.471,57</b>	<b>\$</b>	<b>163.975,86</b>	<b>\$</b>	<b>213.244,85</b>	<b>\$</b>	<b>248.063,62</b>	<b>\$</b>	<b>287.074,90</b>	<b>\$</b>	<b>330.701,71</b>		
(-) 25% de Impuestos a la renta	\$	24.617,89	\$	40.993,97	\$	53.311,21	\$	62.015,91	\$	71.768,72	\$	82.675,43		
<b>(=) Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>\$</b>	<b>73.853,67</b>	<b>\$</b>	<b>122.981,90</b>	<b>\$</b>	<b>159.933,64</b>	<b>\$</b>	<b>186.047,72</b>	<b>\$</b>	<b>215.306,17</b>	<b>\$</b>	<b>248.026,28</b>		
(+) Adición de la depreciación	\$	4.456,93	\$	4.456,93	\$	4.456,93	\$	4.456,93	\$	4.456,93	\$	4.456,93		
(+) Adición de la amortización	\$	1.901,48	\$	1.711,34	\$	1.540,20	\$	1.386,18	\$	1.247,56	\$	1.122,81		
<b>(=) Flujo de efectivos operativos</b>	<b>\$</b>	<b>80.212,09</b>	<b>\$</b>	<b>129.150,17</b>	<b>\$</b>	<b>165.930,77</b>	<b>\$</b>	<b>191.890,83</b>	<b>\$</b>	<b>221.010,67</b>	<b>\$</b>	<b>253.606,02</b>		
<b>Flujo de efectivos terminal</b>														
(+) Valor de salvamento				\$	19.015									
(-) Amortización de la deuda														
(+) Préstamo	\$	214.014,17												
<b>(=) Flujo de caja</b>	<b>\$</b>	<b>(107.470,68)</b>	<b>\$</b>	<b>43.578,90</b>	<b>\$</b>	<b>89.663,25</b>	<b>\$</b>	<b>142.382,67</b>	<b>\$</b>	<b>146.012,24</b>	<b>\$</b>	<b>171.558,13</b>	<b>\$</b>	<b>253.606,02</b>

Figura 3. Flujo de Caja. Basándonos en el gráfico podemos observar que para la iniciación del proyecto se necesita una fuerte inversión de dinero, pero dado los resultados del flujo de caja concluimos que los datos son satisfactorios ya que el periodo de recuperación de la Inversión será dado en el segundo año de vida del proyecto.

## Índices financieros (Costo de oportunidad, VAN TIR, PRI, liquidez y rentabilidad)

### a) Tasa de descuento

La tasa de descuento es la tasa mínima aceptable que se espera obtener como rendimiento y para determinar la TMAR se tomó en cuenta en que debe ser mayor a la tasa de interés del préstamo que se contratará, más el rendimiento que se desea obtener como accionista.

Para establecer la tasa de descuento se procedió al cálculo siguiente con datos obtenidos del Banco Central del Ecuador, ver tabla 9:

Tabla 9

*Parámetros para el cálculo de la TMAR*

TMAR	
Tasa Pasiva	5,06 %
Inflación	0,15 %
Riesgo País	3,09 %
Interés	7,79 %
Crédito	70 %
Propio	30 %

La baja inflación y el porcentaje bajo de riesgo país representan un beneficio para el proyecto. *Simbología:* (tp) = Tasa Pasiva, (ta) = Tasa Activa, (i) = Inflación Anual, (RP) = Riesgo País, (rp) = Recursos Propios, (rt) = Recursos de Terceros. (Uriarte, 2017)

Según los datos anteriores la TMAR cálculo del valor actual neto se la calculó bajo la siguiente fórmula ponderada:

$$TMAR = (ta*rt) + (rt*rp)$$

$$TMAR = (0,079*0,70) + (0,0418*0,30)$$

$$TMAR = 6.74\% //$$

Tabla 10

*TMAR de acuerdo a participación en el proyecto.*

TMAR					
Banco	\$	214.014,2	0,68	0,0779	0,05
Propio	\$	99.077,3	0,32	0,0324	0,01
Total	\$	313.091,49	1,00		0,06
<i>Tasa de Descuento</i>					6,35%

El porcentaje de inversión propia del 32% corresponde a 99.077,3\$ mientras el préstamo bancario corresponde a 214.014,2\$. Elaborado por: Uriarte, 2018.

## b) Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto corresponde al valor presente de todos los flujos futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa del 6.35 % que corresponde a la TMAR. El VAN para el presente proyecto es de \$ 546 672,38 siendo este mayor a cero, por lo que se concluye que el plan de negocio propuesto es rentable (Tabla 11).

**Tabla 11**

*Valor actual neto del proyecto*

VAN	
TMRA	6,35%
Años	
0	\$ (107.470,68)
1	\$ 43.578,90
2	\$ 89.663,25
3	\$ 142.382,67
4	\$ 146.012,24
5	\$ 171.558,13
6	\$ 253.606,02
VAN	\$ 546.672,38
TIR	80%

Según el valor actual neto el flujo de efectivo del año de iniciación del proyecto empezará con un valor de 546.672,38\$, por lo cual cada año seguirá aumentando dependiendo de la tasa de interés que genere el préstamo. (Uriarte, 2017). La TIR es alta, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a un interés de 80%.

## c) Tasa interna de rendimiento (TIR)

La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero. En el proyecto ejecutado la tasa mínima fue de 6.45%, de tal manera se puede asegurar que el proyecto es rentable (Tabla 11.).

## d) Período de recuperación descontado (PRI)

El período de recuperación de la inversión tiene como objetivo medir el tiempo en el cual se recupera la inversión. De acuerdo a los resultados, el proyecto de inversión es recuperado en el segundo año de inversión (Tabla 12).

**Tabla 12**

*Período de recuperación descontado (PRI) del proyecto.*

PRI			
TMRA	6%		
Años			
0	\$	(107.470,68)	\$ (107.470,68)
1	\$	43.578,90	\$ (63.891,77)
2	\$	89.663,25	\$ 133.242,16
3	\$	142.382,67	\$ 232.045,92
4	\$	146.012,24	\$ 288.394,90
5	\$	171.558,13	\$ 317.570,37
6	\$	253.606,02	\$ 425.164,15

Según el cálculo del período de recuperación, la inversión se recuperará a partir del segundo año de vida de proyecto (Uriarte, 2017).

En forma simple se deduce que la inversión se recupera en el segundo año, para establecer con exactitud se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = \text{Número de años anteriores} + \frac{(\text{Año posterior} - \text{año anterior})}{(\text{Año posterior} - \text{año anterior}) + \text{Año anterior}}$$

$$\text{PRI} = 2.28$$

$$\begin{array}{l} 1 \text{ año} \quad 12 \text{ meses} \\ 0.28 \text{ años} \quad \mathbf{x =} \quad \mathbf{3.36 \text{ meses}} \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 1 \text{ mes} \quad 30 \text{ días} \\ 0.64 \text{ meses} \quad \mathbf{x =} \quad \mathbf{10.80 \text{ días}} \end{array}$$

Los resultados obtenidos anteriormente muestran que la inversión será recuperada en un periodo de 2 años, 3 meses y 11 días.

#### **e) Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. El punto de equilibrio se produce al segundo año de ejecutado el proyecto, como se muestra en la figura 4 y tabla 13, al producirse 211180,92

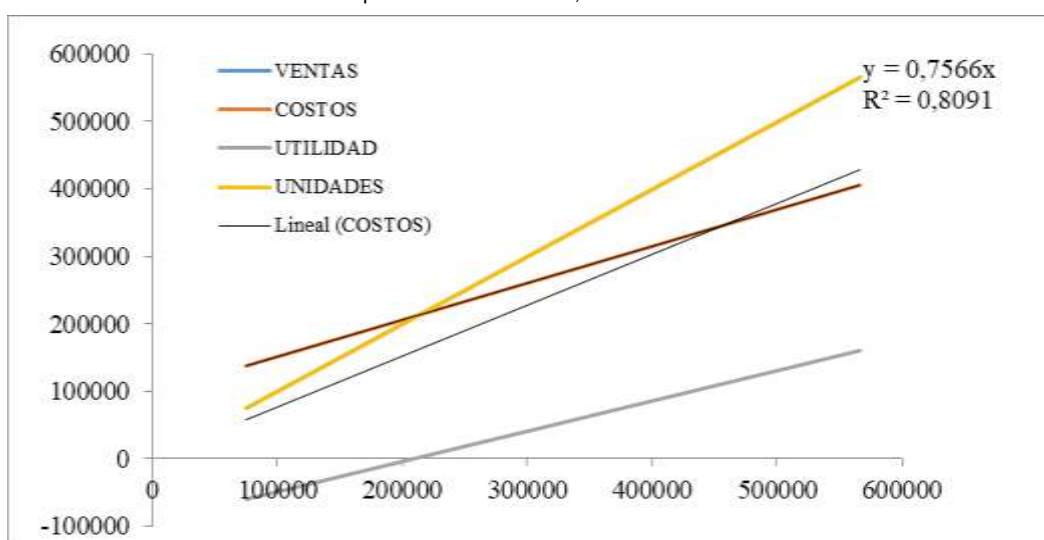
unidades, con un costo fijo de \$95.025 y un costo variable de \$0,55 por cada botella que se obtiene.

**Tabla 13**

*Punto de equilibrio.*

Nombre producto:	Guanabita		Precio Unitario	\$1,00	
Costos Fijos			Costo Variable Unitario		
Descripción	Valor	Descripción	Valor	Cantidad	Importe
Costo Fijo	\$95.025	Costo Variable	\$0,55		
Punto Equilibrio		211180,92	Unidades		

Considerando un costo fijo de 95.025\$ y un costo variable de 0.55\$, el punto de equilibrio se establece al alcanzar una producción de 211180,92 unidades.



**Figura 4.** El punto de equilibrio ocurrirá en el segundo año de vida de proyecto, donde los costos y las unidades formaran un balance. Se recuperará la inversión y se empezara a generar utilidades. (Uriarte, 2017)

#### f) Relación Costo / Beneficio

Es la relación entre el ingreso neto que genera el proyecto y los costos totales necesarios:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}} = \frac{\$377544,00}{\$336120,33} = 1.25$$

El resultado obtenido manifiesta que, por cada dólar invertido, será generado \$ 0,25 de ingresos.

#### 4.- CONCLUSIONES

La oferta en el mercado actual de este producto es inexistente. No existen empresas legalmente constituidas y con productos que tengan registro sanitario a nivel regional. Dándole un plus adicional al proyecto que se desea aplicar dentro del mercado.

La demanda actual que satisfacerla al mercado local corresponde a una producción de 377.543 unidades de bebida de guanábana Guanabita. La competencia de este producto se encuentra solo a nivel de mercado informal, y de productos hechos artesanalmente sin registro sanitario con el cual los consumidores podrían poner su vida en riesgo, además los mayores proveedores de guanábana se encuentran en Santo Domingo de los Tsáchilas siendo éstas las mayores ventajas competitivas para nuestra empresa.

Se definió la operatividad técnica a través del diagrama de procesos elaborado, además se provee un incremento de la producción del 5% anual.

La rentabilidad del proyecto fue medida a través de indicadores financieros como: TIR (80%), VAN (\$ 546 672,38) entre otros que confirman que el proyecto es rentable y que se recuperará la inversión en el segundo año.

#### 5.- REFERENCIAS:

Centro de Investigaciones Económicas . (5 de enero de 2005). *Economía, principales conceptos*. Obtenido de <http://www.iadb.org/res/laresnetwork/files/pr242finaldraft.pdf>

CEPYME. (2016). *Pautas para elaborar Estudio de Mercado* . Obtenido de [http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar\\_estudio\\_mercado.pdf](http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar_estudio_mercado.pdf)

Ciudadano, E. (2013). Obtenido de <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>

*Crece Negocios*. (s.f.). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>

*Crece Negocios*. (s.f.). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>

Ecuared. (2017). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Materia\\_prima](https://www.ecured.cu/Materia_prima)



El expreso. (10 de octubre de 2016). *La guanábana, un 'milagro económico' en las calles*. Obtenido de <http://www.expreso.ec/economia/la-guanabana-milagro-economico-calles-ecuador-XF755404>

Fullen, Sharon;. (2007). *great business plan for your small business en 60 minutes or less*. Obtenido de <http://emprendiendoparaunmundo.blogspot.com/2013/05/autores-que-hablan-sobre-el-plan-de.html>

Gestión . (2015). *INVESTIGACIÓN DE MERCADO: CÓMO TOMAR DECISIONES EN TU EMPRESA DE FORMA ESTRATÉGICA*. Obtenido de <https://www.gestion.org/marketing/investigacion-mercados/>

González, M. A. (17 de noviembre de 2014). *EFICIENCIA, EFICACIA, EFECTIVIDAD*. Obtenido de <http://dorgclipsiuce.blogspot.com/2014/11/eficiencia-eficacia-efectividad.html>

Greco, N. d. (2010). *Estudio sobre tendencia de consumo de alimentos*. Obtenido de <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/procal/estudios/01/TendenciasConsumoAlimentos.pdf>

Gualavisí, M. (19 de noviembre de 2011). *Elaboración de jugos y conservas de frutas*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf>

Guzmán, F. (2016). *El estudio financiero y la evaluación de proyectos en ingeniería*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ingevin/article/viewFile/21419/22381>

infoautonomos. (s.f.). *Eleconomista.es*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de <https://infoautonomos.eleconomista.es/plan-de-negocio/breve-guia-para-elaborar-el-plan-de-negocio/>

- Informe 21. (13 de noviembre de 2015). *7 increíbles beneficios de comer guanábana*. Obtenido de <https://informe21.com/salud-y-bienestar/7-increibles-beneficios-de-comer-guanabana>
- Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos. (2015). *Población de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/)
- Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización. (noviembre de 2013). *Jugos, mermeladas y pulpas*. Obtenido de [http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/NORMAS\\_2014/ACO/17122014/nte-inen-2825.pdf](http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/NORMAS_2014/ACO/17122014/nte-inen-2825.pdf)
- Irizar, I. (s.f.). *Plan de Negocio en la Práctica*. Obtenido de <https://books.google.com.ec>
- La república. (27 de noviembre de 2016). *¿Cuál es el significado de la palabra celeridad?* Obtenido de <http://larepublica.pe/politica/993979-cual-es-el-significado-de-la-palabra-celeridad>
- Leon, F. (7 de septiembre de 2015). *¿SABES QUÉ ES UN ESTUDIO DE MERCADO?* Obtenido de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>
- Longenecker; Moore; Petty;. (2001). *Administración de pequeñas empresas*. Obtenido de [www.Unenfoqueemprendedor.S.A](http://www.Unenfoqueemprendedor.S.A)
- López, M., & Gonzáles, N. (abril de 2008). *Estudio Técnico.... Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>
- Mallar, M. (Junio de 2010). *LA GESTIÓN POR PROCESOS: UN ENFOQUE DE GESTIÓN EFICIENTE*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- Marin, A. (2017). *Calidad*. Obtenido de <http://univirtual.utp.edu.co/pandora/scripts/oar/oar.php?f8032d5cae3de20fcec887f395ec9a6a=QWxleGFuZGVyIEZlcm5hbmRvIE1hcmluIEJ1cml>

0aWNh&198bf4649ab61d149f3baaaf4a760ebd=NjQw&531ac50224f238  
df5d6efdaf36507cf2=YWxleGZkb0B1dHAuZWR1LmNv

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (22 de ENERO de 2014). Obtenido de  
[http://instituciones.msp.gob.ec/somossalud/index.php/enterate/464-  
reduce-el-consumo-de-las-bebidas-azucaradas](http://instituciones.msp.gob.ec/somossalud/index.php/enterate/464-reduce-el-consumo-de-las-bebidas-azucaradas)

Morón, F., Morón, D., & Nodarse, M. (2010). *Valoración de la evidencia científica para recomendar Annona muricata L. (guanábana) como tratamiento o prevención del cáncer*. Obtenido de  
<http://scielo.sld.cu/pdf/pla/v15n3/pla09310.pdf>

Narváez, E. (julio de 2017). *Eficiencia y Eficacia*. Obtenido de  
[http://elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2017-07-  
23&seccion=Editoriales&noticia=84018](http://elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2017-07-23&seccion=Editoriales&noticia=84018)

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Ingesta de azúcares para adultos y niños*. Obtenido de  
[http://www.who.int/elena/titles/ssbs\\_childhood\\_obesity/es/](http://www.who.int/elena/titles/ssbs_childhood_obesity/es/)

Pais productivo. (2013). *Industrias básicas para la transformación productiva*. Obtenido de [http://www.industrias.gob.ec/wp-  
content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf)

Peréz , S. (2002). *Del Ocio al Negocio*. Obtenido de  
[www.retosparainiciarunnegocio.mx](http://www.retosparainiciarunnegocio.mx)

Pérez, J. (s.f). Obtenido de  
<http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/nic/nic.htm>

Pinson, Linda;. (s.f.). *Anatomía de un plan de negocio*. Obtenido de  
[www.anatomiadeunplandenegocio.org](http://www.anatomiadeunplandenegocio.org)

*Plan de Viabilidad*. (s.f.). Obtenido de [https://www.emprendepyme.net/plan-de-  
viabilidad](https://www.emprendepyme.net/plan-de-viabilidad)

Revista lideres. (2013). *Los jugos naturales atraen la inversión de las microempresas*. Obtenido de [http://www.revistalideres.ec/lideres/jugos-  
naturales-atraen-inversion-microempresas.html](http://www.revistalideres.ec/lideres/jugos-naturales-atraen-inversion-microempresas.html)

- Revista Lideres. (6 de 03 de 2016). *El productor de guanábana busca mercados en el país*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-guanabana-mercados-exportacion.html>
- Salazar, A. (2010). *IMPORTANCIA DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO*. Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-\\_importancia\\_de\\_la\\_investigacion\\_de\\_mercado\\_nx.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf)
- Sánchez, A. (2006). *Revista MM*. Obtenido de La planeación financiera: Sánchez, A. (2006). La planeación financiera: soporte para decisiones estratégicas. En: Revista MM, edición especial, (50): 154-159.
- Sapag, J. M. (2004). *Evaluación de proyectos: Guía de ejercicios problemas y soluciones*. México: Mc Graw Hill. .
- Stutely, Richard;. (2000). *Plan de Negocio*. Obtenido de [www.prenticehall.hispanoamerica](http://www.prenticehall.hispanoamerica)
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2012). *Estudio técnico*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Valera. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Obtenido de VARELA, R. (1997) Evaluación económica de proyectos de inversión. Grupo editorial Iberoamericana.
- Vazquez, L. (s.f). *Beneficios para la salud del jugo de guanábana*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/salud/4080/beneficios-para-la-salud-del-jugo-de-guanabana>
- Veintimilla, M. (2014). *RELACIONES ENTRE LOS RENDIMIENTOS Y LOS FLUJOS MONETARIOS N LOS FONDOS DE INVERSIÓN DE RENTA VARIABLE EUROPEA. 2007-2013*. Obtenido de [http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/13414/TFG\\_VEINTEMILLA\\_ERICE\\_Miguel.pdf?sequence=1](http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/13414/TFG_VEINTEMILLA_ERICE_Miguel.pdf?sequence=1)

Vergara, C. (30 de octubre de 2017). *Definición de mercadeo: lo que es, lo que fue y lo que puede ser.* Obtenido de <http://www.revistapym.com.co/destacados/definicion-mercadeo-lo-que-lo-que-fue-lo-que-puede-ser/>