DOI: <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.0023>

Emprendimiento para la producción de mermeladas en recipientes biodegradables, Río Chico, Ecuador

Entrepreneurship for the production of jams in biodegradable containers, Río Chico, Ecuador

Autora: Verduga-Pino Alexandra

Universidad Técnica de Manabí (UTM). Portoviejo, Ecuador.

<https://orcid.org/0000-0003-4864-0499>

alexandra.verduga@utm.edu.ec

RESUMEN

En el artículo se presenta el proyecto de emprendimiento para producir y comercializar mermeladas de banana y naranja en recipientes biodegradables de caña guadua, en el sitio Río Chico, Ecuador. Está dirigido a desarrollar los productos alimenticios 100% natural y artesanal; además contribuye a la conservación del medio ambiente, pues se envasa en un recipiente biodegradable de caña guadua. Se elaboraron las bases de un plan de negocios en particular los aspectos técnicos, comerciales y económicos financieros, que junto a la estructura organizacional propuesta permitiera fundamentar la necesidad y factibilidad del proyecto. Ello va a tener impactos en la comunidad, el empleo femenino y la alimentación sana de la población.

Palabras claves: emprendimiento, microempresa, plan de negocio.

ABSTRACT

The article presents the entrepreneurial project to produce and commercialize banana and orange jams in biodegradable bamboo cane containers, at the Río Chico site, Ecuador. It is aimed at developing 100% natural and artisan food products; It also contributes to the conservation of the environment, as it is packaged in a biodegradable container made of bamboo cane. The bases of a business plan were elaborated, in particular the technical, commercial and financial economic aspects, which together with the proposed organizational structure would allow to substantiate the need and feasibility of the project. This will have an impact on the community, female employment and the healthy diet of the population.

Keywords: entrepreneurship, microenterprise, business plan.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 26 de octubre de 2020.

Fecha de aceptación: 04 de enero de 2021.

Fecha de publicación: 11 de enero de 2021.

1. INTRODUCCIÓN

El lugar donde se realiza el emprendimiento radica en Río Chico, perteneciente a la Parroquia San Plácido, del Cantón Portoviejo, Ecuador. Las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), se encuentran empeñados en la construcción del Buen Vivir, lo cual se expresa en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019, (GAD San Plácido, 2015), dirigido a satisfacer las urgentes necesidades de la población.

La parroquia San Plácido se encuentra ubicada al este del cantón Portoviejo y está emplazada en las estribaciones de la cordillera Costanera y los inicios del valle del Río Chico, aportante del Portoviejo. Cuenta con una población estimada a la actualidad de 8351 habitantes en una superficie de 129 km² lo que se puede colegir que cuenta en la actualidad con una densidad de 60 habitantes/km². Es la más extensa en territorio, de las parroquias rurales del cantón.

En el año 1861, Gabriel García Moreno decretó que Río Chico fuera declarada Parroquia Rural de Portoviejo. Antes de ese nombre, el lugar era conocido como Pampas de El Tintal y después fue denominado Santa Bárbara, en homenaje a la imagen que fue encontrada donde actualmente está el templo católico del mismo nombre. El territorio es un emporio de producción de coco, limón, cacao, plátano y maíz, y además productor de ciclo corto, como el tomate, pimiento, frejol, haba, maní, pepino, entre otras debido a su alta calidad favoreciéndole los factores de clima, suelo y agua. En definitiva, Río Chico, sustenta su economía en la producción agrícola, representada por un 70% aproximadamente según sus habitantes.

En términos generales, y tomando en cuenta que los datos del Censo de Población y Vivienda – 2010, el 44,78% de la población se dedica a la agricultura, se puede considerar que Río Chico es uno de los territorios más ricos de la geografía rural ecuatoriana, correspondiendo un 70% a la actividad agrícola. Al respecto se desarrollan cultivos de ciclo corto y permanente, bosques secos, y arboricultura asociados principalmente con cercas vivas, tales como: piñuela, el piñón ovo, entre otros. Se observan especies arbóreas nativas como tamarindo, caoba, caña guadúa, mango, guachapelí, la seca, cacique, moral, ceibo, sauces, algarrobo, mate, chala, barbasco, entre otros, y algunas introducidas como el

ním, pachaco, teca. En el caso de la fauna se ha visto disminuido un poco debido a la transformación de la vegetación nativa en cultivos, pastizales y zonas pobladas, a la quema de la vegetación arbustiva y la descarga de pesticidas en los ecosistemas. El uso del suelo se desarrolla en dos categorías, de las cuales el 62,94% corresponde al uso agrícola, y el 37,06% se demuestra uso para ganadería.

Una de las potencialidades de la Parroquia es el alto eje de comercialización en el eje Calderón, Alhajuela y San Placido, y de posible procesamiento básico de la producción agrícola de esa zona. La cercanía de los mercados de Portoviejo y a futuro la presencia del eje vial Manta Manaos y de la Vía Manta Quevedo – proyectos estratégicos nacionales-, potencializan esos territorios en aspectos de comercialización y agregación de valor a la producción a futuro. Es notorio, en las comunidades, principalmente los fines de semana, la realización de ferias y la población de las comunidades se reúnen en la cabecera parroquial para vender y comprar los productos.

La oportunidad que brinda la abundancia de árboles frutales en el territorio y que son insuficientemente aprovechados abre las posibilidades para fomentar emprendimientos que le aporten valor agregado al recurso natural en armonía con el medio ambiente; fundamentan la necesidad del proyecto de emprendimiento que se presenta.

2. METODOLOGÍA

Se utilizó la metodología de sistematización de experiencias de emprendimiento y la utilización de los métodos de investigación de mercado, a través de la obtención de información primaria con la realización de encuestas y entrevistas a los actores claves relacionados con el objeto del proyecto.

3. RESULTADOS

Del estudio realizado se pudo validar que el proyecto es factible, al determinarse que existe un alto grado de aceptación por parte de los consumidores del producto “Mermeladas Banaran”. A través de los estudios tanto técnicos se

determinó que la utilización del endulzante natural de la panela es viable; así como el envase biodegradable de caña guadua.

4. DISCUSIÓN

Las pequeñas empresas juegan en cada economía un papel importante en lo que se relaciona con su aporte a la incubación de nuevos empresarios que se incorporan al proceso productivo, a la generación de empleo, a la mejor distribución del ingreso y a la desconcentración geográfica de la actividad económica. La necesidad de fomentar el emprendimiento para el desarrollo de un país o de una comunidad en especial, ha estado en el centro de las políticas públicas dirigidas a la transformación productiva estructural de los países, en particular para América Latina donde la proporción mayor de MIPYMES son de subsistencia derivados de los problemas de desempleo y existencia de comunidades vulnerables y territorio deprimidos.

Las microempresas representan el mayor porcentaje dentro de las MIPYMES. Por ejemplo, de acuerdo con la información del registro único empresarial (RUE) de Colombia, en noviembre de 2015 había 2,5 millones de empresas activas, de las cuales cerca de 1,5 millones correspondían a matrículas de personas naturales y el restante millón a sociedades. De ellas, el 89,4% son microempresas (2,3 millones), el 4,6% pequeñas (115.500), un 1,2% medianas (29.200) y solo el 0,4% grandes (9.000). Además, las microempresas son las principales generadoras de empleo, aportan un 50,3% de los puestos de trabajo, seguidas por las pequeñas empresas con un 17,6% del empleo y las medianas que generan el 12,9%. Es decir, de forma agregada, las MIPYMES generan el 80,8% del empleo total, mientras que las grandes generan un 19,2%. (Orueta,2017)

Según CAF Banco de Desarrollo de América Latina, las MIPYMES latinoamericanas tienen una importante influencia en la creación de tejido social; se calcula que cerca del 60% de latinoamericanos trabajan en empresas de cinco o menos empleados. De acuerdo con las informaciones sectoriales de las MIPYMES en Argentina, Chile, Panamá, Perú y República Dominicana, prácticamente toda la actividad de estas empresas se concentra en tres sectores

principalmente: comercio, servicios e industria. En Ecuador, las MIPYMES, en su mayoría, se concentran en un gran porcentaje en las actividades de: servicios en un 41%, comercio en un 37%; en menor medida en la agricultura en un 11%; manufactura en un 8%; y construcción en 2,6%. Las MIPYMES presentan ciertas características que limitan su desarrollo, tales como: su baja capacidad de innovación, el bajo uso de tecnologías de información y comunicaciones, el limitado acceso al financiamiento adecuado, los problemas para comercializar sus productos, la obtención de insumos y la limitada participación en la contratación pública

En Ecuador existe un marco normativo que incentiva y fomenta el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. Desde el punto de vista institucional se crea el Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación (CONEIN) que debe promover el emprendimiento; junto a la Secretaría Técnica del Consejo y un consejo consultivo. Ambos se dedican a asesorar, promover y organizar el emprendimiento en el país.

También se crea el Registro Nacional de Emprendimiento en el cual se podrá registrar toda persona natural o jurídica, con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigor de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a US \$1.000.000. Quienes consten en este Registro podrán acceder a la promoción comercial de sus productos y servicios en el exterior por medio de organismos de Estado, tendrán acceso preferente a servicios financieros y a fondos de inversión públicos y privados.

Se incorporará en las mallas de estudios de todo nivel, contenidos para el desarrollo de competencias y habilidades técnicas y blandas para el emprendimiento. Además, las instituciones educativas podrán requerir proyectos de emprendimientos como trabajos de titulación. Además, se promueven formas alternativas de financiamiento tomando en cuenta que una de las mayores problemáticas a las que se enfrenta los emprendedores en el momento de empezar su actividad es la falta de capital y la imposibilidad de acceso a financiamiento.

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018, en el Art. 73 y 7; establece que los emprendimientos son de unidades económicas y de carácter unipersonales, familiares y domésticos, lo cuales son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeñas escalas con el objeto de satisfacer a partir de la generación de ingresos.

Propuesta de Emprendimiento: Producción y comercialización de mermeladas de frutas con envase ecológico

Se crea una microempresa bajo la marca “Mermeladas Banaran”, en Río Chico, de la parroquia San Plácido, del cantón Portoviejo; que tiene como finalidad brindar un producto saludable a un precio accesible a sus clientes. Se ofrece las mermeladas a base de frutas orgánicas, con el nutriente esencial de la panela, sin perseverantes ni colorantes, y envasada con componentes biodegradables de la caña guadua.

La demanda de consumo de productos ecológicos es cada vez mayor en la población, de ahí que se aprovecha esta oportunidad al ofrecer a los consumidores un producto 100% natural y artesanal. Se debe integrar a las costumbres de los habitantes del sector Río Chico, pues la tendencia al consumo de comidas rápidas y desayunos típicos, puede limitar el consumo de las mermeladas. Por consiguiente, a través del valor agregado que se dará al banano y a la naranja se los podrá incentivar para que incorporen a sus hábitos de consumos productos naturales saludables.

Del diagnóstico realizado se identificaron como principales fortalezas: precios accesibles, producto natural, artesanal, e innovador y la calidad del producto. Las debilidades se relacionan con la concentración en un único producto y el riesgo que ello condiciona, las debilidades en la gestión comercial, insuficientes alianzas con otros actores

El inicio y desarrollo del proyecto tiene como retos externos la existencia de una fuerte competencia directa y de sustitutos, que se agudiza ante la desconfianza de los clientes en consumir un nuevo producto, de acuerdo a los hábitos tradicionales que se mantienen. También se impone las características naturales

de la agricultura como puede ser la escasez de frutas de acuerdo a la temporada, la existencia de plagas y factores climáticos que afecten la materia prima fundamental de forma significativa.

Desde el punto de vista jurídico, la microempresa será constituida como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), representa un tipo de compañía que se forma por una o varias personas naturales o jurídicas mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objeto impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndose en sujetos de crédito y con ello poder ampliar sus procesos productivos. (Superintendencia de Compañías, 2020, pág. 1)

Análisis del Mercado

En el Ecuador, la industria de elaboración de mermeladas ha ido ampliando su mercado, tratando de diversificar sus productos, lo cual es más económico y práctico para los consumidores que buscan variedad y alimentos saludables. Para el análisis del mercado del proyecto se realizaron encuestas, conocer los gustos y preferencias que se tiene con respecto al producto ofertado.

Río Chico cuenta con una población de 320 personas, del cual se obtendrán una muestra representativa (175 personas de diferentes edades y sexo), datos obtenidos mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n=175 Muestra

N=320 Población

p=0.5 Probabilidad a favor

q=0.5 Probabilidad en contra

z=1.96 Nivel de confianza 95%

e=0.05 Error de estimación

Con relación al consumo de mermeladas, el 91.43% de la muestra respondieron afirmativamente, mientras que 15 de ellas con un porcentaje de 8,57% indicaron la alternativa NO. Sin embargo, con respecto al consumo de mermeladas sin aditivos, ni conservantes, solo 10 de los encuestados (5.71%), respondieron afirmativamente. Con respecto al interés en consumir mermeladas naturales sin aditivos, el 97,14% respondió positivamente. Al proponer el producto específico del proyecto, mermelada de banano y naranja con el endulzante de la panela en recipientes biodegradables de caña guadua; de las 175 personas encuestadas, 160 de ellas contestaron afirmativamente, lo que representan un 91,43%. La diferencia con relación a la respuesta anterior indica la necesidad de diversificar las frutas utilizadas de acuerdo a las necesidades y preferencias de los clientes

En cuanto a la disposición a pagar, por una presentación de 500 gr de mermeladas a base de banano y naranja con el endulzante natural de la panela, se determinó que el 57,14% apuestan por \$ 3,00, mientras que el 26,29% consideraron \$ 3,50. La media ponderada de todas las observaciones recogidas se acerca a \$3.35. Al determinar el orden de los criterios para la compra, el precio tiene el primer lugar seguido por la calidad, lo que demuestra el peso de un segmento de ingresos medio bajo que valora con prioridad la capacidad adquisitiva por encima de la calidad.

Se debe introducir el producto en el mercado a partir de una buena campaña de promoción y publicidad que haga énfasis en la necesidad de consumir productos naturales, el valor nutricional y que no ponga en peligro el medio ambiente. Se comenzará por Río Chico y de acuerdo a la experiencia alcanzada se extenderá a los cantones de la provincia de Manabí. Deben buscarse alianza con otros actores de la comunidad y el gobierno para fortalecer la comunicación y el conocimiento del producto.

La estrategia incluye la implementación de acciones específicas para tener presencia y degustaciones en supermercados, parques, ferias, escuelas, entre otros; ya que estos espacios asieron gran parte del mercado objetivo, lo cual ayudará a la difusión de la marca y también favorecerá el posicionamiento de la mermelada como un producto natural de calidad. Además, debe tener una activa promoción en las redes sociales, con el propósito de darse a conocer y formar

una relación más cercana con los potenciales clientes, permitiendo explorar las posibilidades para el comercio electrónico.

Descripción de los procesos y proveedores

El flujo del proceso abarca los siguientes eslabones:

- 1) Recepción de la materia prima. - En la microempresa BANARAN, la recepción de las frutas y la panela se las realizan en el ambiente adecuado, una vez que se adquieran de los proveedores.
- 2) Selección de la materia prima. - Si la materia prima no cumple con la cantidad y entrega, serán procesados a recepción, y si cumplen con estos estándares, seguidamente se ejecuta con la selección de la calidad de la materia prima, si éstas no son aptas para el proceso como putrefacto o maduración excesiva, se las trasladará a recepción; y si están en buenas condiciones de calidad, se procede a la elaboración de las mermeladas.
- 3) Lavado y pelado. - El lavado con agua sirve para eliminar las impurezas adheridas a las frutas y el pelado consiste en separar la cascara de las frutas y trozar el banano en la tabla de picar con la ayuda de un cuchillo.
- 4) Exprimido de naranja. - Consiste en obtener el zumo de naranja mediante un exprimidor de acero, este líquido sirve para darle el sabor y la consistencia gelatinosa a las mermeladas.
- 5) Mezclado de las frutas con la panela. - Este proceso radica en mezclar las frutas, los fragmentos del banano y el zumo de la naranja con las porciones de la panela. Toda la mezcla mencionada anteriormente se las coloca en las ollas grandes a utilizar para continuar con el siguiente proceso.
- 6) Trituración. - El triturado tiene una textura homogénea de pasta y se efectúa para reducir el tamaño de los ingredientes y minimizar el tiempo en la cocción de las mermeladas; este proceso se lo hace de forma manual y con la ayuda de un triturador de acero.

7) Cocción y agitación. - Obtenido la textura adecuada, se procede a la cocción y la agitación de la mermelada en una temperatura de 80°, este proceso dura entre 1 a 2 horas. Se llevará a cabo en una cocina industrial de dos quemadores, usando ollas de 50 litros de capacidad y con la ayuda de un termómetro que permitirá controlar la temperatura. La cocción finalizará cuando se haya obtenido una consistencia gelatinosa.

8) Envasado. - Cuando la temperatura de la mermelada alcanza a la concentración adecuada de la cocción, se retira de la olla del fuego y se coloca la mermelada con la ayuda de la cuchara de madera en recipientes de caña guadua, seguidamente tapándolos con hojas e hilo de banano, lavados y desinfectados. Cabe recalcar que para cada recipiente de caña guadua se utilizan aproximadamente 6 bananos; 3 naranjas y 50 gramos de panela.

9) Enfriado. - Consiste en dejar enfriar los envases a temperatura de ambiente por un corto periodo de tiempo (1 - 2 horas) para lograr que la mermelada logre su consistencia, seguidamente se realiza el lavado para eliminar los residuos de la parte externa de los envases.

10) Etiquetado. - Se colocará la etiqueta respectiva de manera manual para dar a conocer la mermelada, indicando las características del producto de acuerdo a las normas técnicas ecuatorianas.

11) Almacenado. - Las mermeladas se almacenan en la vitrina frigorífica por un tiempo mínimo de 30 minutos para garantizar la conservación y estando listas para su degustación.

12) Comercializado. - Cumpliendo cada uno de los procesos se llega a la etapa final de poner a la venta el producto, estableciendo el plan de marketing con las variables claves en es este proceso como son el producto, precio, promoción y plaza.

Debe destacarse que las mermeladas con el endulzante natural de la panela, al no tener aditivos ni conservantes, tienen un máximo de 6 meses de conservación en un lugar fresco.

Se ha establecido que los proveedores que abastecerán de las frutas y de los recipientes biodegradables de caña guadua serán del sitio Río Chico, dado los recursos frutales del territorio, de la misma forma la panela será adquirida en el mismo sector, esto proporcionará una gran ventaja, puesto que se disminuirá el costo por las relaciones directas con tres fincas, y el tiempo de entrega de tales productos. El proveedor del banano también proporcionará de los recursos naturales, como lo es la hoja e hilo del banano, lo cual será de utilidad para el cubrimiento de los recipientes.

Con respecto a las etiquetas serán adquiridas en la ciudad de Portoviejo, contratando volúmenes mayores para aprovechar descuento en el precio por cantidad.

Con relación a los recursos humanos, dada las características de una microempresa que se inicia, solo va a disponer de tres personas, incluido el administrador, con la posibilidad que en la medida que aumente la actividad, se priorizará el personal directo a la producción.

Plan económico financiero

El monto total de inversión es de \$25.198, correspondiendo a la parte fija un 92% y para el Capital de Trabajo Neto un 8%. Este último se determinó por el método de desfase de los flujos de efectivo para el primer año. El financiamiento de la inversión se realiza en un 30% con el aporte de los socios fundadores y el resto a través de un préstamo bancario.

Las condiciones del financiamiento bancario determinan contratar un monto de \$17.369, con un plazo de 5 años y un período de gracia de 6 meses. La tasa de interés nominal anual es del 12% y se pagan los interés y principal con vencimiento semestral; todo lo cual determina un pago de interés y principal por período de \$2.360

Proyección de ventas: Se estiman ventas mensuales para el primer año en correspondencia con el segmento de la población que manifestaron interés en consumir el producto y bajo un escenario conservador. Para el primer año se estimo un total de unidades vendidas de 10.000 con un precio unitario de \$3,

para alcanzar un monto total de \$30.000, y se parte del supuesto de un incremento anual del 5%.

Costos y gastos: Los costos unitarios variables de producción son de \$0.59. Los gastos de administración se estiman en \$12.392 y los comerciales en \$1.480. La tasa impositiva que se aplicó fue de un 15%, considerando los incentivos fiscales para los emprendimientos que se inician.

La evaluación financiera del proyecto considero en primer lugar el proyecto puro sin financiamiento, y posteriormente se le incorporo los flujos del financiamiento actualizado con el costo medio ponderado de capital.

Tabla 1. Flujos del financiamiento actualizados.

Conceptos	0	1	2	3	4	5
Inversión	25,198					
Unidades vendidas		10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
Ventas		30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
Costo producción		5,900	6,195	6,505	6,830	7,171
Depreciación		499	499	499	499	499
Gasto administración		12,392	12,392	12,392	12,392	12,392
Gastos comercial		1,480	1,480	1,480	1,480	1,480
BAT		9,729	10,934	12,200	13,528	14,923
Impuesto		1,459	1,640	1,830	2,029	2,238
BN		8,270	9,294	10,370	11,499	12,685
Flujo de caja	-25,198	8,769	9,793	10,868	11,998	13,183
VAN (15%)	39,427					
TIR	30.1%					
PR actualizado	3.42					

Considerando el financiamiento, la evaluación arrojaría los siguientes resultados:

Tabla 2. Evaluación de financiamiento.

Conceptos	0	1	2	3	4	5
Inversión	7,829					
Unidades vendidas		10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
Ventas		30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
Costo producción		5,900	6,195	6,505	6,830	7,171
Depreciación		499	499	499	499	499
Gasto administración		12,392	12,392	12,392	12,392	12,392
Gastos comercial		1,480	1,480	1,480	1,480	1,480
Pago principal		1,318	1,397	1,481	1,569	1,664
Pago interes		1042.14	963.07	879.27	790.43	696.26
BAT		8,687	9,971	11,320	12,738	14,227
Impuesto		1,303	1,496	1,698	1,911	2,134
BN		7,384	8,476	9,622	10,827	12,093
Flujo de caja	-7,829	6,565	7,577	8,640	9,756	10,928
VAN al CMPK	45,683					
TIR	92.0%					
PR actualizado	1.34					

En las dos situaciones el valor actual neto es positivo y la tasa interna de retorno es significativamente favorable, se observa el efecto del apalancamiento financiero cuando el proyecto accede a financiar parte de la inversión inicial con recursos ajenos, de esta manera el valor actual neto es superior en \$6.256. Los plazos de recuperación pasan de 3.42 años a 1.34 años. Sin embargo, es necesario gestionar adecuadamente los flujos de tesorería y los riesgos comerciales y financieros, para poder cubrir las obligaciones financieras del préstamo bancario.

Análisis de sensibilidad

Uno de los riesgos anteriormente señalado tiene que ver con los problemas de la agricultura, sus ciclos productivos, los factores climáticos que inciden en la disminución de los insumos claves y de las unidades producidas y vendidas. El análisis de sensibilidad nos señala que, a partir de una disminución de las ventas, derivado de la reducción de las unidades producidas a partir de un 29% con respecto a las ventas determinadas para el año base, se comienza a tener un VAN negativo.

Tabla 3. VAN de ventas.

Disminución de ventas	ventas	VAN
10%	9000	25,692
25%	7500	5,090
29%	7100	-404
30%	7000	-1778

El costo unitario de producción resulta otra variable que, aunque se trabaja con un amplio margen, se observa que con un incremento de un 118%, se comienza a tener un VAN negativo. Entre los factores críticos que pueden elevar los costos están los precios de compra de los insumos básicos para el producto final, en ello estarán incidiendo indirectamente los costos de fertilizantes, semillas, energía, agua, entre otros, del productor agrícola.

Tabla 4. Costos de producción.

Aumento costos producción	Costo	VAN
100%	1.180	5802
115%	1.269	730
116%	1.274	445
118%	1.286	-239

Es necesario después de la primera etapa del proyecto, valorar la diversificación de las frutas utilizadas e innovar en otros productos de la misma categoría, pero diferenciándolo de la competencia.

5. CONCLUSIONES

Se concluye que el proyecto es factible desde el punto de vista comercial. al determinarse que existe un significativo grado de aceptación por parte de los consumidores con respecto al producto a ofrecer, siendo esto como una oportunidad para la microempresa “Mermeladas Banaran”.

Se determinó que la microempresa estará constituida como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), dada las facilidades que aporta al ser un trámite simplificado sin costo

Los resultados de los indicadores para evaluar la factibilidad del proyecto son satisfactorios, considerando una TIR del proyecto puro del 30% muy por encima del costo de oportunidad para un proyecto similar y se logra recuperar la inversión en 3 años y 5 meses, de acuerdo a los flujos acumulados actualizados

Los riesgos del proyecto están vinculado a las particularidades naturales de la agricultura, lo cual se integran a los riesgos propios de la comercialización en el mercado. De esta manera hay que lograr procesos de diversificación que eviten la concentración del negocio en pocos productos agrícolas y la vigilancia de la competencia, así como del comportamiento del consumidor.

REFERENCIAS

- GAD San Plácido. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia San plácido 2015-2019, septiembre 2015, Ecuador.
- Gilli, J. J. (2017). Claves de la estructura organizativa. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Granica: 1 a.
- Gómez, J. V. (2018). Aportes teóricos sobre el flujo de caja.
- Orueta, Ignacio; et alt (2017) La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica Edición y Producción (2017) Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV), ISBN: 978-84-8198-958-8

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2018). Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación [archivo PDF]. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Sebastián Rojas, M. A. (2015). Estudio de la cadena desde la producción al consumo. Recuperado el 2020 de Julio de 7, de Guadua angustifolia: <https://bambuecuador.files.wordpress.com/2018/01/2015-estudio-de-la-cadena-desde-la-producciocc81n-al-consumo-del-bmabucc81-en-ecuador.pdf>