



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TÍTULO:**

**Análisis de factibilidad para la producción de harina de  
banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.**

**AUTOR:**

**Vergara Serrado Luisa María**

**Trabajo de integración curricular previo a la obtención del  
título de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TUTOR:**

**Econ. Lucin Castillo Virginia Carolina Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**7 de febrero del 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de integración curricular, fue realizado en su totalidad por **Vergara Serrado Luisa María**, como requerimiento para la obtención del título de **LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_  
**Econ. Lucin Castillo Virginia Carolina Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth Mgs.**

**Guayaquil, a los siete días del mes de febrero del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Vergara Serrado Luisa María**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Integración Curricular, **Análisis de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.** previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los siete días del mes de febrero del año 2023**

**EL AUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_  
**Vergara Serrado Luisa María**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Vergara Serrado Luisa María**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **Análisis de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los siete días del mes de febrero del año 2023**

**EL (LA) AUTOR(A):**

f. \_\_\_\_\_  
**Vergara Serrado Luisa María**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

## REPORTE URKUND

URKUND	
<b>Documento</b>	<a href="#">VERGARA SERRADO LUISA MARIA.doc</a> (D158079149)
<b>Presentado</b>	2023-02-07 13:25 (-05:00)
<b>Presentado por</b>	luisavergara21@gmail.com
<b>Recibido</b>	virginia.lucin.ucsg@analysis.orkund.com
<b>Mensaje</b>	tesis <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	4% de estas 20 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecerle a Dios que me está permitiendo culminar una etapa más en mi vida de manera exitosa, llenarme de salud, perseverancia y por darme toda la sabiduría para estar donde estoy ahora.

A mis padres que son el pilar fundamental de mi vida que me apoyaron desde el inicio hasta este momento tan importante en nuestras vidas porque, así como es un logro y una felicidad para mi estoy segura que también para ellos al ver a su única hija cumpliendo sus metas, y sin dejar a un lado a todas las amistades que forme en el camino de mi formación universitaria que las llevaré por siempre en el corazón porque compartimos muchísimas experiencias y anécdotas dentro y fuera de la universidad.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado a Dios, quien me ha dado fuerzas y esperanza a lo largo de este camino, y a mis pilares fundamentales a lo largo de mi vida, las personas por las que esto es posible, mis padres, Luis y Letty.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. 

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f. 

**Ing. Padilla Lozano Carmen Paola Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. 

**Ing. Román Bermeo Cynthia Lizbeth Mgs.**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CALIFICACIÓN**

---

**Vergara Serrado Luisa María**

# ÍNDICE GENERAL

Contenido	
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
ANTECEDENTES.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
JUSTIFICACIÓN.....	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
ALCANCE.....	6
OBJETIVOS .....	6
LIMITACIONES .....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
ESTUDIO DE MERCADO.....	7
MARCO LEGAL.....	9
MARCO METODOLÓGICO.....	10
CAPÍTULO III: LA EMPRESA .....	11
LA EMPRESA PELLIKARI S.A. ....	11
PROPUESTA .....	12

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	13
FODA .....	14
CINCO FUERZAS DE PORTER.....	15
ANÁLISIS FINANCIERO.....	16
CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO.....	20
ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	20
PROVEEDORES .....	21
COMERCIALIZACIÓN .....	21
LAS 4P'S .....	21
COMPONENTES DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN.....	23
ETAPAS EN EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN .....	24
RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	25
CAPÍTULO V: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	35
PLAN DE INVERSIÓN.....	35
CONCLUSIONES .....	41
RECOMENDACIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura Organizacional.....	13
Figura 2 Razones Financieras claves 2020 .....	18
Figura 3 Razones financieras claves 2021 .....	19
Figura 4 Punto de precio.....	22
Figura 5 ¿Cuál de estas palabras describe mejor su estilo de vida? .....	25
Figura 6 Estilo de vida .....	26
Figura 7. ¿Ingieres alguno de los siguientes alimentos por día: frutas frescas, verduras, granos enteros, alimentos sin procesar? .....	26
Figura 8 Consumo de productos saludables .....	27
Figura 9. ¿Ha consumido harina de banano orgánico? .....	27
Figura 10 . Si su respuesta fue SI, ¿Cómo lo ha consumido? .....	28
Figura 11 Formas de consumo de la harina de banano orgánico .....	28
Figura 12 . Actualmente, ¿consume harina de banano orgánico? .....	29
Figura 13 . Si su respuesta fue NO, ¿Por qué no la consume? .....	29
Figura 14 Barreras de consumo de la harina de banano orgánico .....	30
Figura 15 . Si su respuesta fue SI, ¿Con que frecuencia compra la harina de banano orgánico? .....	30
Figura 16. ¿Dónde compra la harina de banano orgánico? .....	31
Figura 17 . ¿Conoce las propiedades nutritivas que contiene la harina de banano orgánico? .....	31
Figura 18 . ¿Cuáles serían los motivos por los cuales estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico? .....	32
Figura 19 Ciudad .....	33

Figura 20 Edad .....	33
Figura 21 Estado Civil .....	34

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Motivos por los cuales se estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico .....	32
Tabla 2 Plan de Inversión .....	35
Tabla 3 Depreciación .....	37
Tabla 4 Activos fijos .....	37
Tabla 5 Financiamiento .....	37
Tabla 6 Tasa de interés y cuotas del crédito bancario .....	37
Tabla 7 Tabla de amortización .....	37
Tabla 8 Gastos Generales .....	38
Tabla 9 Gastos de Ventas .....	38
Tabla 10 Gastos Administrativos .....	38
Tabla 11 Costo de elaboración de la harina de banano orgánico .....	38
Tabla 12 Ingresos de Ventas .....	38
Tabla 13 Estado de Resultados .....	39
Tabla 14 Flujo de caja .....	39
Tabla 15 Evaluación Financiera .....	39
Tabla 16 Punto de Equilibrio .....	40

## RESUMEN

En Ecuador la producción y exportación de banano representa mucho a la economía del país, por lo que satisface a la demanda nacional e internacional, esta producción crea una alta ventaja al momento de la comercialización de dicho producto que viene de la mano con la calidad y su valor nutricional, por lo consiguiente, garantiza empleo a las familias que se dedican a la producción del banano ecuatoriano. El proyecto de investigación tiene como propósito analizar la factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A., que es una empresa familiar exportadora de banano convencional ubicada en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos, en el que la mayor fuente de trabajo es la agricultura. Pudimos empezar este proyecto analizando la problemática mediante estudios de la situación actual de la producción de banano orgánico, por lo consiguiente se pudo realizar la justificación, se plantean los objetivos general y específicos, y las limitaciones que este va a tener. Se utilizó una metodología analítica descriptiva, donde se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas para saber la aceptación de la población hacia el producto que se va a ofrecer y si se podrá satisfacer las necesidades del consumidor y finalmente se realizó una evaluación financiera para demostrar la viabilidad de este trabajo de investigación.

**Palabras claves:** Banano ecuatoriano, valor nutricional, certificación, comercialización.

## ABSTRACT

In Ecuador the production and export of bananas represents a lot to the economy of the country, so it satisfies national and international demand, this production creates a high advantage at the time of the commercialization of said product that comes hand in hand with the quality and its nutritional value, therefore, it guarantees employment to families that are engaged in the production of Ecuadorian bananas. The research project aims to analyze the feasibility for the production of organic banana flour in the company Pellikari S.A., which is a family company exporting conventional bananas located in the canton Vinces, province of Los Ríos, where agriculture is the main source of employment. We could start this project by analyzing the problem through studies of the current situation of organic banana production, therefore the justification can be made, the general and specific objectives are raised, and the limitations that this will have. A descriptive analytical methodology was used, where a market study was carried out by means of surveys to know the acceptance of the population towards the product to be offered and whether the needs of the consumer can be satisfied and finally a financial evaluation was made to demonstrate the viability of this research work.

**Keywords:** Ecuadorian banana, nutritional value, certification, marketing.

## RÉSUMÉ

En Équateur, la production et l'exportation de bananes représentent une part importante de l'économie du pays et répondent donc à la demande nationale et internationale, cette production crée un grand avantage au moment de la commercialisation de ce produit qui va de pair avec la qualité et sa valeur nutritionnelle, ce qui garantit donc un emploi aux familles qui se livrent à la production de la banane équatorienne. Le projet de recherche a pour but d'analyser la faisabilité de la production de farine de banane biologique dans la société Pellikari S.A., une entreprise familiale exportatrice de bananes conventionnelles située dans le canton de Vinces, province de Los Rios, où l'agriculture est la principale source de travail. Nous avons pu commencer ce projet en analysant la problématique par des études sur la situation actuelle de la production de bananes biologiques, ce qui nous a permis de justifier, de définir les objectifs généraux et spécifiques et les limites de cette production. Une méthodologie analytique descriptive a été utilisée, où une étude de marché a été réalisée au moyen d'enquêtes pour déterminer l'acceptation par la population du produit à offrir et si les besoins du consommateur peuvent être satisfaits et, enfin, une évaluation financière a été réalisée pour démontrer la viabilité du produit travail de recherche.

**Mots-clefs:** Banane équatorienne, valeur nutritionnelle, certification, commercialisation.



## **Introducción**

El presente proyecto tiene la finalidad de analizar la factibilidad de uno de los productos de mayor producción y rendimiento como es el banano, el cual tiene altos consumos en esta región ya que es rico en proteínas y nutrientes.

La producción de banano en Ecuador siempre ha sido crucial para la economía de nuestro país, haciéndolo reconocido a nivel mundial no solo por ser la exportación más grande del mundo, sino también por la calidad de los productos exportados.

Por otra parte, se puede afirmar que el banano proporciona potasio, vitaminas, hierro, carbohidratos, calcio y más, por lo que se convierte en una fruta de gran demanda internacional. La producción de banano es variada ya que existe el banano convencional y el banano orgánico. El banano convencional está compuesto de fertilizantes químicos, a comparación del banano orgánico, que hace una aportación positiva al medio ambiente y por ende a la salud por lo que no contiene fertilizantes químicos, artificiales y no contiene pesticidas. Por lo que la diferencia de precio entre los dos tipos de banano varía, siendo el banano orgánico el que tiene el valor más alto.

Hoy en día en Ecuador, la producción de productos orgánicos ha tenido un crecimiento de aproximadamente 13% dentro de los últimos años. Sin embargo, el caso del banano orgánico se produce en menor cantidad debido a la falta de financiamiento para la producción por lo que conlleva un proceso más tedioso ya que el banano orgánico contiene propiedades con un elevado nivel energético, vitaminas, potasio, entre otros lo cual ayuda beneficiando a la salud nutricional al no estar consumiendo productos no tóxicos.

Este proyecto tiene como objetivo realizar un análisis de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en una empresa familiar exportadora de banano convencional que exporta sus productos a China, con la finalidad de producir y comercializar el producto en un mercado que tendrá una gran aceptación gracias al alto valor en la cadena nutricional ya que con este producto no se perdería los nutrientes de la fruta y no tendría ningún tipo de químicos ni procesados.

Es por ello que el presente estudio de factibilidad tiene como finalidad examinar las principales características de producción y comercialización de la harina

de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A., donde se consiga determinar la formación de valor en la cadena nutricional con la distribución comercial de dicho producto.

## **Capítulo I: Generalidades de la Investigación**

### **Antecedentes**

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2017), el cultivo de banano principalmente se da al clima cálido concentrado en las zonas costeras de las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro, sin embargo, en la región sierra hay zonas tropicales las cuales se presta para su cultivo y producción. En cuanto a la región amazónica, su índice productivo es muy alto, sin embargo, desde el punto de vista climático, Ecuador tiene factores positivos para la alta productividad y comercialización de banano.

El cultivo de banano orgánico ha tenido un alto crecimiento en los últimos años, registrada y controlada por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (AGROCALIDAD). Actualmente, según los registros de AGROCALIDAD, el país cuenta con 12.633 hectáreas de banano bajo control de la producción orgánica.

De acuerdo con “El Guabo”, la Asociación de Pequeños Productores Bananeros, el banano orgánico permanece en las fincas, es decir, es rechazado ya que su cultivo requiere más cuidado durante todo su proceso, a diferencia del banano convencional, que tiene las tasas de rechazo más bajas, dependiendo de su planta de banano, pero por lo general no es más del 15% (Mendieta, 2014).

Es decir, para la exportación de la fruta se requiere varios reglamentos internacionales, tales como que el banano este limpio y completo, libre de deformidades, y ya alcanzada su madurez adecuada, etc. El banano no exportado debe utilizarse para añadir valor a la cadena de suministros.

De acuerdo en la norma de CODEX 205-1997(Código de los Alimentos) referente al banano, que no se encuadre en la medida en que los requisitos de fruta se reservan para el rechazo, normalmente utilizada para el consumo interno o se vende a un precio inferior. Sin embargo, se pueden obtener productos de calidad (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura [FAO], 2018).

Según la FAO (2012), el 55% de la producción agropecuaria en Latinoamérica no se ha aprovechado efectivamente como debería. Uno de los productos es el banano ecuatoriano, que a menudo no cumple con los estándares de exportación, por lo que estos se convierten en una fuente de alimentos locales. Según la FAO, en 2014, hubo muchas empresas que se especializan en la harina de banano que incluso promovieron la producción de esta como alternativa al trigo, reduciendo así las importaciones. (El telégrafo, 2014)

## **Planteamiento del Problema**

El problema se central de este proyecto es el bajo consumo del banano orgánico, ya que no tiene un precio suficientemente alto como para justificar su venta y exportación, ya que significa costos más altos para la empresa Pellikari S.A, lo más importante, ciertos rangos de personas no están acostumbradas a la tendencia orgánica, por lo que es mejor utilizarlo de manera efectiva mediante la cadena de valor.

Debido a esto, a la buena calidad de exportación de los productos de la empresa Pellikari S.A., las industrias tendrían un mayor grado de reconocimiento para nuevos productos en el mercado.

En este caso, el problema presente para la empresa Pellikari S.A. es la falta de investigación, testeo y mercado previo con relación al nuevo producto que es la producción harina de banano orgánico por lo que el conocimiento para los miembros de la empresa es insuficiente debido a la falta de estudios previos.

## **Justificación**

El cantón Vinces, Los Ríos muestra un bajo nivel en su desarrollo socioeconómico ya que su principal actividad es el sector agropecuario como productor de diversas frutas tropicales como el banano, cacao, entre otros, razón por la cual se considera producir un producto de una materia prima que sea el banano orgánico el cual es muy rico en producción y comercialización.

El banano orgánico ecuatoriano es un producto de alta nivel y calidad, con una alta demanda en los mercados internacionales, la empresa Pellikari S.A, ve la posibilidad de desarrollar una nueva unidad de producción y negocio a través del banano orgánico.

El objetivo de este trabajo es desarrollar un proyecto apto para el consumo masivo de banano orgánico, la empresa Pellikari S.A. requiere que se utilice un sistema de distribución para mejorar las condiciones de suministro de los productos derivados del banano como lo es la harina de banano orgánico para que así sean accesibles para la población, también es necesario aumentar la fuente de empleo para así poder contribuir al desarrollo de las expectativas del mercado. Hay una creciente tendencia y demanda hacia el consumo de alimentos nutritivos y de fácil consumo, como la harina de banano orgánico, para adentrarse en una mejor nutrición.

La creación de una empresa productora de harina orgánica de cacao en el cantón Vinces ayuda mucho a su crecimiento socioeconómico ya que beneficia tanto al consumidor como al productor.

## **Formulación del problema**

### **Pregunta General**

- ¿Cuál es la factibilidad de producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.?

## **Alcance**

A partir del presente proyecto se busca determinar la factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A., por medio de hilos contables proveniente de la empresa familiar Pellikari S.A. tales como datos históricos, hilos contables, estudios de mercado realizados, entre otros, Además, se requiere de un testeo de mercado local en las pequeñas empresas que estén interesadas en el consumo de productos orgánicos tales como la harina de banano orgánico. Es de mucha ayuda la información que la empresa familia Pellikari S.A., brinda para el desarrollo del proyecto.

El tiempo que se va a llevar a cabo este proyecto de factibilidad es el periodo 2022-2023.

## **Objetivos**

### **1.1 Objetivo General**

Determinar/Analizar la factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.

### **1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la necesidad de consumo de harina de banano orgánico
- Realizar un estudio financiero
- Determinar la viabilidad del proyecto

## **Limitaciones**

Entre las limitaciones del proyecto de investigación se encuentra que debido a la falta de investigación previa y la inexistencia de mercadeo con un nuevo producto como en este caso lo es la harina de banano orgánico, la empresa Pellikari S.A., no tendrá la suficiente eficacia al momento de la recolección datos y encuestas.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

### **Factibilidad**

La factibilidad es aquella que a través de diversos análisis que sustentan dichas decisiones, así permitiendo tomar decisiones respecto a la implementación del proyecto. Para realizar un estudio de factibilidad, debe existir una necesidad insatisfecha y buscar satisfacerla considerando cuatro variables: ambiental, financiera, técnica y socioeconómica. (Bustos, 2006)

Cuando ya se hayan realizado las cuatro variables se puede determinar si el proyecto es factible.

### **Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es un método que permite obtener información sobre el comportamiento y los requerimientos de la población respectiva del proyecto, así como información sobre el mercado general conocido por los competidores.

Los dos tipos de estudio de mercado son: primario y secundario. (Leon, 2015)

Según (Cevallos, 2008), el objetivo del estudio de mercado es estimar, con base en el proyecto de inversión, la cantidad del producto disponible para el mercado que se desea ofertar.

Para llevar a cabo el estudio de mercado hay que evaluar diferentes variables como:

- Determinar el mercado.
- Comprender las características del producto.
- Conocer la temporada apropiada para producir el producto.
- Fijar el precio de venta.

- Diseñar los canales de distribución del producto.
- Comprender las características de los competidores.

### **Comercialización**

Para realizar una comercialización es necesario realizar investigaciones sobre los factores que permitan determinar el medio más eficiente de envío de nuestros productos, como: definir las estrategias de marketing para lograr que los consumidores prefieran nuestros productos, elegir intermediarios sumamente adecuados para el producto.

### **Estudio Técnico**

El estudio técnico es todo aquel proceso de producción, desde las materias primas, la infraestructura hasta todos los aspectos operativos necesarios para producir bienes o prestar servicio. Este estudio puede determinar la viabilidad del proyecto como su capacidad para producir de acuerdo con la demanda propuesta. (Santos, 2008)

Los estudios técnicos brindan información sobre los costos de inversión requeridos para realizar el proyecto y los costos de operación utilizados posteriormente en los estudios financieros. (Vanegas, 2015)

### **Certificación Orgánica**

La certificación orgánica son certificados emitidos por entidades autorizadas y reconocidas de que el producto cumple con los requisitos para ser considerado orgánico, así llevando al consumo un producto de alta calidad y amigable con el medio ambiente.

Según el especialista en certificaciones de calidad Juan Carlos Benítez, la certificación orgánica se enfoca en cumplir con los requisitos mínimos para así garantizar que el producto final se produzca sin afectarse con los contaminantes químicos. (Intelectuales, 2014)

## **Proceso Productivo**

Un proceso de producción es una serie de acciones en las que las materias primas pasan por un proceso de transformación para obtener un producto final.

Se refiere a proceso productivo al uso de recursos operativos para transformar las materias primas en un resultado deseado, en este caso un producto ya terminado. En el contexto de la globalización, es necesario realizar un análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial para así poder adaptarse a las nuevas demandas. (Rodríguez, 2002)

## **Análisis Financiero**

El análisis financiero compara los beneficios y costos de un proyecto para poder analizarlos y así determinar si se debe continuar con el proyecto o se debe abandonar antes de que logre la rentabilidad. (Santos, 2008)

## **Marco Legal**

### **Constitución de la República del Ecuador**

En el artículo 306 de la Constitución de la República del Ecuador (Ecuador, 2008) establece que el Estado será responsable de fomentar las exportaciones con valor agregado y serán ambientalmente responsables con el objetivo de generar más empleos, promover a los pequeños y medianos productores, lo que nos convierte en beneficiarios de este artículo.

### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones**

Según Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010) en el título IV relativo a la promoción de las exportaciones que se refiere al artículo 93 bis, “el acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o



servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios...”.

Dicho esto, el presente proyecto utiliza este artículo para aprovechar el acuerdo de multiparte suscrito entre la UE y Ecuador, en el que el país impulsa las exportaciones.

## **Marco metodológico**

### **Métodos de investigación**

#### **Método deductivo**

El método deductivo es un método que permite determinar cualidades de una realidad particular, es decir, por derivación o resultado de las propiedades o afirmaciones contenidas en la investigación. Según (Calduch, 2012) afirma que con este método se puede pasar a deducir resultados específicos o individuales que conduzcan a inferencias, o a conclusiones generalmente aceptadas.

#### **Tipo de Investigación**

##### **Investigación analítica-descriptiva**

La investigación será analítica ya que se estudiará cada partido que lo compone, luego se describe y finalmente se analiza en total. Además, también es una investigación descriptiva ya que se debe describir los aspectos más únicos y distintivos de dicho producto por lo cual el objetivo principal es identificar las características del mercado.

#### **Enfoque de investigación**

Los métodos que se utilizarán en este proyecto son tanto cualitativos como cuantitativos ya que está diseñado para analizar el potencial del mercado y sus procesos a de producción, posteriormente va a ser necesario medir dicha información pertinente

para así obtener resultados cuantificables que permitan tener una comprensión más clara del estudio.

### **Fuentes de la investigación**

Es por ello que en el presente trabajo se utilizará fuentes primarias de las cuales se obtiene la información requerida de manera directa a través de la empresa con la que se está realizando el proyecto y mediante encuestas a su mercado consumidor, ya que es información que aún no está procesada ni organizada.

## **Capítulo III: La Empresa**

### **La Empresa Pellikari S.A.**

La empresa Pellikari S.A. es una empresa familiar dedicada a la exportación de banano convencional. La empresa inicia sus actividades en el año 1990, por lo que cuenta con 33 años de permanencia en el mercado siendo así reconocida por la calidad de sus productos y servicios. Actualmente Pellikari S.A ha comercializado su producto a nivel mundial especialmente a China en su principal puerto Qingdao obtenida principalmente de 3 plantaciones de 120 hectáreas.

Entre sus principales proveedores se encuentran 3 fincas en la provincia de Los Ríos, cantón Vinces, San Jacinto, Santo Tomas y La Maruja; con sus respectivas certificaciones internacionales como Global Gap. Cuando la demanda no puede ser cubierta en su totalidad por la finca, son cubiertas por la asociación de productores bananeros de Vinces.

Pellikari S.A. ha exportado directamente a China en el puerto Qingdao por 3 años consecutivos, exportando 4 contenedores semanales hacia China, y también han entregado indirectamente su producto de banano convencional a Estados Unidos, Rusia, Europa y Medio Oriente.

### **Localización de la empresa**

Pellikari S.A. se encuentra ubicada en el cantón Vinces provincia de Los Ríos, y tienen sus oficinas financieras en el Edificio Trade Building en la ciudad de Guayaquil.

### **Propuesta**

La empresa Pellikari S.A. busca incrementar su negocio con la elaboración de la harina de banano orgánica, como una fuente de consumo hacia la población para incentivar el valor nutricional de los productos orgánicos.

## Estructura Organizacional

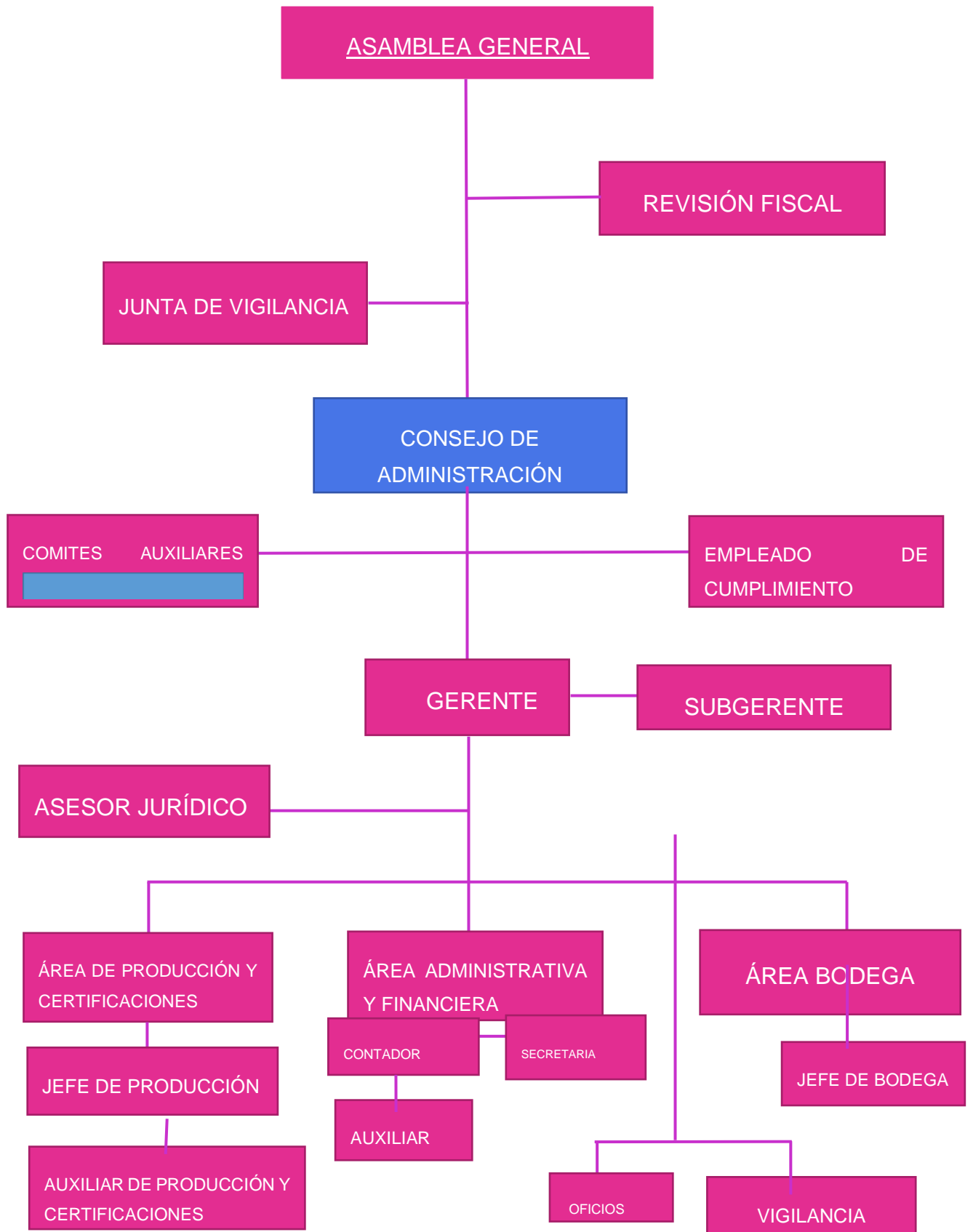


Ilustración 1 Estructura Organizacional

## **Misión**

“Diversificar y ser parte de la cadena alimenticia a nivel mundial”

## **Visión**

“Ser una empresa líder en la comercialización de productos agrícolas, en el eje de banano y frutas tropicales”

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Ser una empresa ecuatoriana reconocida por sus niveles de nutritivos en sus productos.

### **Objetivos Específicos**

- Ofrecer un producto con alto valor nutricional.
- Promover el consumo de productos orgánicos.
- Ser parte del mercado líder de harinas.

## **FODA**

### **Fortalezas**

- Producto con un alto valor nutricional.
- Gran calidad en sus productos y servicios.
- Producto 100% ecuatoriano

### **Oportunidades**

- Crecimiento rápido en el mercado.
- Producto reconocido a nivel internacional.
- Crecimiento del consumo de productos ecuatorianos.

### **Debilidades**

- Falta de conocimiento de los trabajadores de la empresa.
- Pocos activos.
- Falta de conocimiento de la población sobre los productos orgánicos.

### **Amenazas**

- Entrada de nuevos competidores al mercado.
- Carencia de control en el proceso de producción en la empresa.
- Rechazo de la población al ser un producto nuevo.

## **Cinco Fuerzas de Porter**

### **Poder de Negociación de los Compradores**

Se dice que la harina de banano orgánico su producto ofrecido tiene un alto valor nutricional ya que además de ser un producto elaborado a base de banano orgánico, es un producto ecuatoriano, caracterizado por ser un alto grado de comercialización en el mercado internacional. Además de su alta calidad y su sabor, tiene varias ventajas en otros aspectos.

Por lo tanto, cuando existe un producto similar en el mercado, el poder de negociación del comprador es alto, por lo que se busca diferenciarse de otros productos de tal manera que se pueda convencer a los clientes potenciales.

### **Poder de negociación de los proveedores**

La empresa Pellikari S.A. es una empresa activa exportadora de banano por lo que tiene un suministro constante de fruta, por lo que es importante contar con una cartera amplia de proveedores para que tenga alternativas en caso de que el producto no cuente con fruta.

Actualmente, la empresa tiene varios proveedores principales, que son aquellos que obtienen el mayor volumen de fruta cada semana, lo que los convierte en compradores habituales, lo que les otorga ventajas además de establecer buenas relaciones comerciales con otros proveedores en el mercado.

Las negociaciones, se realizan de manera directa con los productores, que son los que ayudan a llegar a un acuerdo en base al volumen y precio del producto. Asimismo, otro aspecto a considerar es que no todas las semanas los compradores generan rechazos, en ese caso optan por comercializarlo a menor precio a microempresas.

### **Amenaza de nuevos entrantes**

Siendo Ecuador un mercado con un nivel alto de comercialización de banano, puede atraer a varias empresas para comercializar productos derivados del banano, las cuales pueden estar interesados en producir harina de banano orgánico, por lo que se buscara aprovechar las propiedades nutricionales del banano orgánico para tener una ventaja competitiva sobre los demás ya que estos no contienen pesticidas, hormonas y antibióticos así siendo una mejor opción a diferencia del banano convencional en cuanto a la composición química.

### **Amenaza de productos sustitutos**

- Harina de Centeno
- Harina de arroz
- Harina de trigo

### **Rivalidad entre competidores**

La harina de banano orgánica no tiene una competencia directa por lo que se cree que el producto ofrecido tiene un alto valor nutricional, por lo tanto, no representan una amenaza significativa para la empresa, esto significa que el producto tendría una gran aceptación en el mercado, por lo cual es necesario tratar de ser parte del mercado satisfaciendo las necesidades del consumidor destinado.

## **Análisis Financiero**

El análisis financiero es uno de los métodos más utilizados dado a que se definen tanto las fortalezas como las debilidades financieras de una empresa que están aliadas a las diferentes secciones de la misma como la contabilidad, producción, marketing y financiamiento del análisis de las razones financieras (Fred, 2013).

Debido a la guerra entre Rusia y Ucrania, Pellikari S.A. ha tenido varios desafíos debido a que por esta se ha visto afectado el mercado de la empresa económicamente, por lo que se va a mostrar el cálculo de las razones financieras a continuación, se muestra el impacto y la situación real de la empresa.

### **Razón de liquidez**

La razón de liquidez puede verse dentro de una empresa mediante la flexibilidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo a medida que vencen. Por lo tanto, la liquidez se la clasifica como la solvencia del análisis financiero dentro de la empresa, es decir la capacidad de pago de sus facturas (Lawrence & Chad, 2012).

- **Razón de circulante:** Mide hasta que capacidad la empresa puede afrontar sus obligaciones a corto plazo
- **Razón de la prueba de ácido:** Mide hasta que capacidad la empresa puede afrontar sus deudas a corto plazo sin tener el uso de su inventario.

### **Razón de apalancamiento**

- **Razón del pasivo total al activo total:** Mide el porcentaje entre el capital y el crédito aportado por los acreedores.



### Razones Financieras claves 2020

Razón	Cómo se calcula	Cálculo	
<b>Razones de Liquidez</b>			
Razón del circulante	Activo corriente /	86136.03	0,907515350980934
	Pasivo corriente	94914.13	
Razón de la prueba del ácido	(Activos corrientes - Inventario) /	88754.12	0,93509913
	Pasivos corrientes	94914.13	
<b>Razones de Apalancamiento</b>			
Razón del pasivo total al activo total	Total de pasivos /	99322.93	0,08636971
	Total de activos	1149974.15	
Razón pasivo Capital	Total de pasivos /	99322.93	0,06354398
	Total capital contable de los accionistas	1563057.94	
<b>Razones de actividad</b>			
Rotación de activos fijos	Ventas/	1563057.94	18,1463894
	Activos fijos	86136.03	
Rotación de activos totales	Ventas/	1563057.94	1,35921137
	Total de activos	1149974.15	

Figura 2 Razones Financieras claves 2020

### Razones financieras claves 2021

Razón	Cómo se calcula	Cálculo	
<b>Razones de Liquidez</b>			
Razón del circulante	Activo corriente /	95983.97	1,83592523
	Pasivo corriente	52280.98	
Razón de la prueba del ácido	(Activos corrientes - Inventario) /	90783.97	1,736462667685265
	Pasivos corrientes	52280.98	
<b>Razones de Apalancamiento</b>			
Razón del pasivo total al activo total	Total de pasivos /	232828.22	0,202160516190778
	Total de activos	1151699.77	
Razón pasivo Capital	Total de pasivos /	232828.22	0,328560590772913
	Total capital contable de los accionistas	708631.00	
<b>Razones de actividad</b>			
Rotación de activos fijos	Ventas/	708631.00	7,38280569140868
	Activos fijos	95983.97	
Rotación de activos totales	Ventas/	708631.00	0,61529143137712
	Total de activos	1151699.77	

**Figura 3 Razones financieras claves 2021**

Tras el cálculo de las razones de liquidez del 2020 y 2021, sabiendo que en el año 2020 la pandemia afectó a nivel mundial y socavó a la empresa, como también en el año 2021 fue un trabajo muy arduo levantar la empresa económicamente por el año de pandemia que se vivió.

Los resultados indican que en la razón circulante del año 2020 es de 0,9075 siendo menor que 1, lo que significa que no pudo cubrir sus deudas de la empresa en el año de pandemia. Por otro lado, en el año 2021 su razón circulante fue de 1,8359 o que demuestra un crecimiento muy significativo para la empresa y una mejora muy notoria.

El resultado de la razón líquida en el año 2020 fueron de 0,9350 y se considera un resultado positivo y por lo consiguiente alto. En el año 2021, el resultado fue de 1,7364 y en comparación del año 2020 se evidencia un incremento por lo tanto la empresa pudo cubrir sus deudas.

Las razones de apalancamiento que se midieron fueron: la razón deuda y la razón pasivo capital. La razón deuda del año 2020 tuvo un resultado de 0,0863 siendo así un valor alto de 80% de endeudamiento a largo plazo. En el año 2021, el porcentaje bajó a comparación al año anterior, pero sigue siendo un porcentaje alto en deuda para la empresa.

Por último, la rotación de activos totales permitió saber cuánto dinero en ventas generó el dinero invertido en activos, en el año 2020 fue de 1,3 este valor demuestra cuanto la empresa generó en ventas. En el año 2021 tuvo un crecimiento positivo por lo que su resultado fue de 7,3, esto beneficio a la empresa dándoles más aceptabilidad y ventas por lo consiguiente.

## **Capítulo IV: Estudio de Mercado**

### **Análisis de competencia**

Actualmente no existe competencia directa para nuestro producto, sin embargo, existen varias empresas dedicadas a la elaboración de harinas las que podríamos denominar como competencia indirecta.

La empresa Oriental Industria Alimenticia Cía. Ltda., está ubicada en Ecuador y entre sus productos líderes se encuentran los fideos, harinas, entre otros. Las harinas que comercializan son las de maíz, trigo y plátano, pero en la actualidad no comercializan harina de banano orgánico.

## **Proveedores**

Para toda empresa es indispensable contar con proveedores confiables ya que estos cuentan con la disponibilidad de materia prima de alta calidad como lo es la harina de banano orgánico, el cual viene a ser su fuente de ingreso por lo cual cuentan con buenas condiciones con la empresa.

Las fincas de los proveedores principales se encuentran ubicadas en la provincia de Los Ríos en el cantón Vinces. Las cuales cuentan con certificaciones como la de Global Gap.

## **Comercialización**

Para la comercialización de la harina de banano orgánico dentro del mercado internacional, se llevará a cabo mediante un distribuidor reconocido dentro del país donde se quiera comercializar, el cual este estará encargado de distribuir el producto a supermercados para así llegar a un mercado con todo tipo de consumidor.

Cabe recalcar que a la empresa Pellikari S.A. realiza exportaciones de su producto el banano convencional hacia China, por lo tanto, ya domina su mercado y sus clientes por lo que ya conocen que sus productos son de alta calidad.

## **Las 4P'S**

Las variables del Marketing Mix son Producto, Precio, Plaza y Promoción.

## **Producto**

La empresa Pellikari S.A. producirá y exportará su producto la harina de banano orgánico con destino al mercado nacional e internacional, ya que se considera que tendrá un alto nivel de aceptación de parte de los consumidores por el alto valor nutricional del producto.

Este producto está enfocado en satisfacer las necesidades del consumidor ya que cuenta con todos los nutrientes necesarios, aparte de tener un alto valor en grasas y fibras en comparación a otros productos convencionales.

Este producto tendrá la certificación orgánica USDA Organic del Control Union quienes son los encargados de realizar las inspecciones en la producción de dicho producto, para que así el producto a exportar sea 100% orgánica

## Precio

Mediante la encuesta realizada se pudo definir el precio adecuado para la comercialización de la harina de banano orgánico con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor manteniendo un precio diferenciado de los otros comerciantes. Por lo tanto, el precio de la harina de banano orgánica se puede considerar al alcance de los consumidores, con un precio de \$4,00, debido a que cuenta con una excelente calidad y un alto valor nutricional que beneficia a la salud de los consumidores.

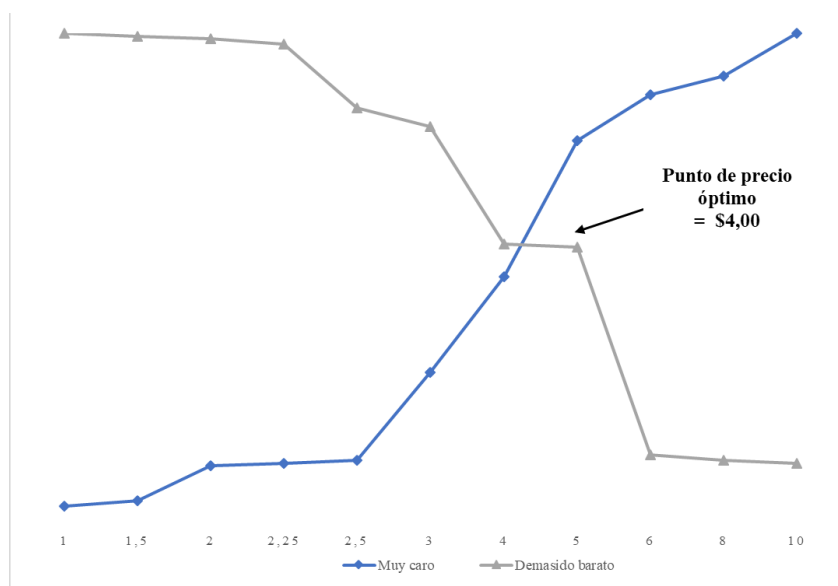


Figura 4 Punto de precio

## **Plaza**

La harina de banano orgánico será producida en Ecuador, para luego ser comercializada al mercado internacional. El producto será 100% ecuatoriano y su comercialización se va a dar a cabo un proveedor intermediario que pondrá el producto en el mercado para que así los consumidores conozcan un nuevo producto con alto valor nutricional como es la harina de banano orgánico.

## **Promoción**

Actualmente, la empresa Pellikari S.A. cuenta con página web, sin embargo, su presencia en redes sociales es escasa, por lo tanto, se requiere crear estrategias para dar a conocer el producto para que así la empresa tenga un resultado satisfactorio

- Utilizar vallas publicitarias dentro y fuera de la ciudad
- Pautar publicidad en las plataformas de Facebook e Instagram
- Contratar personal de marketing digital en la empresa.
- Participación en ferias, principalmente en la Feria del Banano Ecuatoriano
- Buscar alianza con las diferentes tiendas de barrio.

## **Componentes del Proceso de Certificación**

Los componentes del proceso de certificación son:

### **Productor**

El productor que produce y comercializa su producto de manera convencional está interesado en producir y comercializar productos orgánicos con el sello de la certificación orgánica para así tener más alcance de su producto.

### **Inspector**

El inspector es la persona encargada de visitar la planta o finca donde se encuentra el proceso de producción del producto, es el encargado de revisar la información en el certificado presentado y recopilar la información necesaria para así tener consigo un informe de toda la producción. Este puede ser un personal independiente de una empresa, o el personal fijo de la Agencia de Certificación.

### **Agencia de Certificación**

La Agencia de Certificación puede ser privada, pública o sin fines de lucro. Es aquí donde se toma la decisión de si los productores cumplieron con todos los requerimientos solicitados que son las Normas de Producción Orgánica para que su producto se registre con su respectivo sello.

### **Etapas en el proceso de certificación**

El proceso de certificación es muy importante ya que el consumidor al observar el sello respectivo del certificado orgánico tiene la certeza que está consumiendo un producto que cumple con todas las normas de certificación. (Dupont, 1995)

A continuación, las etapas para lograr la certificación de un producto orgánico.

### **Contacto con la agencia de certificación**

El productor de la finca se debe contactar con la Agencia de Certificación, así luego la Agencia se contactará con el productor, enviándole los documentos con la información que se requiere, ya teniendo el productor todos los documentos completos pasa a ser enviado a la Agencia para así ser revisados y decidir si el productor ha cumplido con los pasos requeridos para en el siguiente paso hacer el envío del inspector a la finca o planta.

### **Inspección de finca**

El inspector asignado por la Agencia tendrá que contactar al productor de la finca o planta para realizar la respectiva inspección de las plantas de siembra, su trabajo

es inspeccionar y reportar sus observaciones para así esa información ser enviada a la Agencia de Certificación. (Riddle & Ford, 1999)

### **Toma de decisiones**

La Agencia de Certificación obtiene toda la información recopilada acerca del productor, el proceso en el que se encuentra la producción y el reporte del inspector y ya con toda la información analizada se toma la decisión de si es apto o no el producto o si es apto, pero bajo ciertas condiciones.

### **Uso del sello orgánico**

En esta última etapa el productor ya tiene la información de si su solicitud ha sido aceptada o denegada, si es apta ya podría comenzar a comercializar sus productos con el sello de la Agencia de Certificación.

### **Resultados de la encuesta**

Ya finalizado la toma de datos, se obtuvieron 183 encuestas, con un nivel de confianza del 95% y con un margen de error estimado de 7,2%. Hay que tomar en cuenta la limitación de este estudio ya que tiene un 2,2% de error más de lo habitual por las limitaciones de tiempo esta es la muestra optima que se logró levantar.

#### **1. ¿Cuál de estas palabras describe mejor su estilo de vida?**

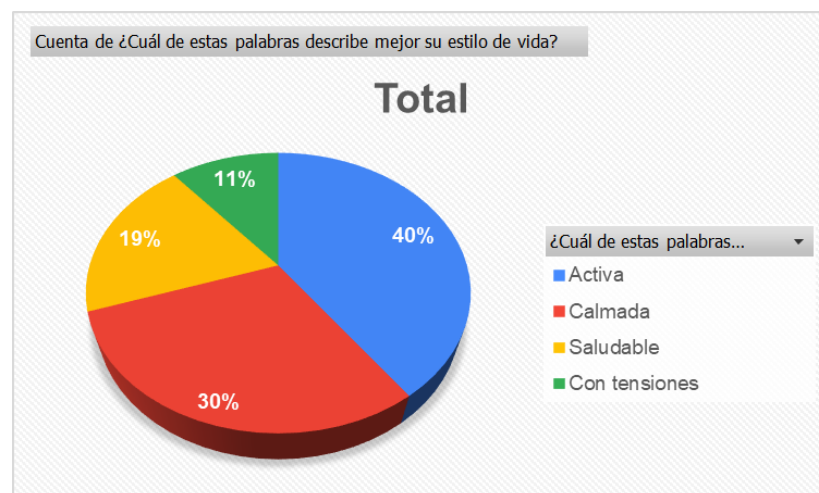


Figura 5 ¿Cuál de estas palabras describe mejor su estilo de vida?



		Estado Civil					
		Total		Soltero		Casado	
		%	de	N	%	de	N
		columnas			columnas		columnas
P1. Estilo de vida	Activa	40%			38%		67%
	Calmada	30%			31%		8%
	Saludable	20%			19%		25%
	Con tensiones	11%			12%		0%
	Total	100%			100%		100%

Figura 6 Estilo de vida

De acuerdo a la muestra obtenida, el 40% de los encuestados describen su estilo de vida como activa siendo el 38% personas solteras y el 67% personas casadas. Por otro lado, el 30% afirmó que mantiene un estilo de vida calmada teniendo una gran diferencia entre las personas solteras (31%) y las casadas (8%). El 20% afirma que tiene un estilo de vida saludable teniendo en cuenta los solteros (19%) y los casados (25%). Por último, el 11% de los encuestados afirman que tienen un estilo de vida con tensiones siendo el 12% solteros y el 0% casados.

**2. ¿Ingiere alguno de los siguientes alimentos por día: frutas frescas, verduras, granos enteros, alimentos sin procesar?**

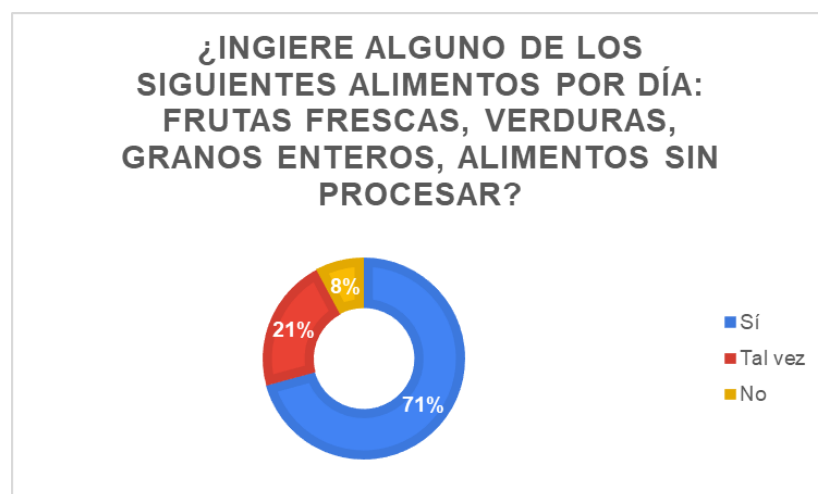


Figura 7. ¿Ingiere alguno de los siguientes alimentos por día: frutas frescas, verduras, granos enteros, alimentos sin procesar?

		Género								
		Total		Femenino		Masculino				
		%	de	N	%	de	N	%	de	N
		columnas			columnas			columnas		
P2. Consumo de productos saludables	Si	71%			75%			67%		
	Tal vez	21%			17%			25%		
	No	8%			8%			8%		
	Total	100%			100%			100%		

Figura 8 Consumo de productos saludables

De acuerdo con los encuestados, el 71% afirmó que, si consumen productos saludables, siendo el 75% de género femenino y el 67% género masculino. Por otra parte, el 8% de los encuestados no consumen productos saludables, siendo el 8% (femenino) y el otro 8% (masculino). Por último, el 21% de los encuestados indicaron que tal vez consumen productos saludables con un 17% de la población femenina y un 25% de la población masculina.

### 3. ¿Ha consumido harina de banano orgánico?

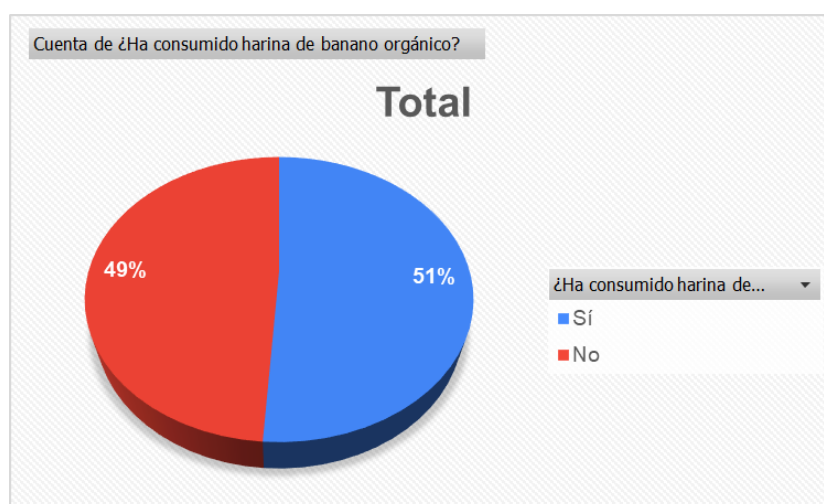


Figura 9. ¿Ha consumido harina de banano orgánico?

De acuerdo a los datos obtenidos, se comprobó que el 51% de la población encuestada no han consumido harina de banano orgánico, mientras que el 49% de los encuestados afirmaron haber consumido la harina de banano orgánico.

#### 4. Si su respuesta fue SI, ¿Cómo lo ha consumido?

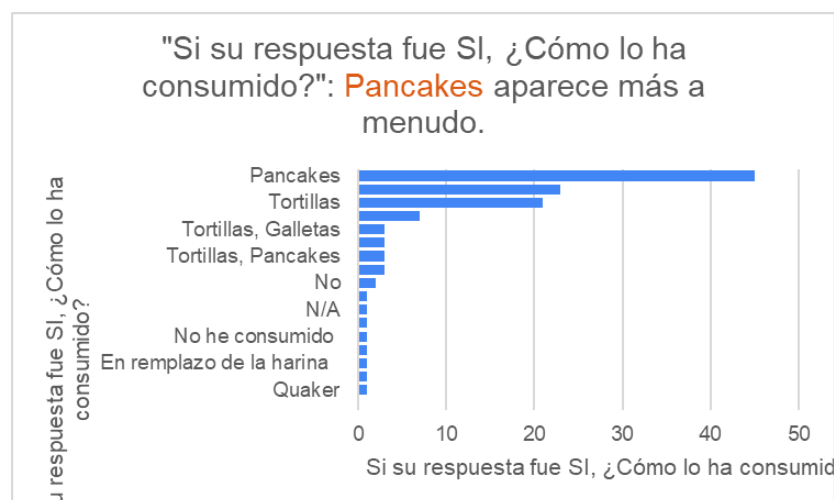


Figura 10 . Si su respuesta fue SI, ¿Cómo lo ha consumido?

	Estado Civil	Estado Civil		
		Total	Soltero	Casado
P5. Formas de consumo de la harina de banano orgánico		% de N columnas	% de N columnas	% de N columnas
Pancakes		51%	53%	17%
Galletas		31%	29%	67%
Tortillas		25%	25%	33%
Colada		5%	5%	0%
Total		100%	100%	100%

Figura 11 Formas de consumo de la harina de banano orgánico

Podemos observar en los gráficos que los solteros son los que mayor consumen pancakes en su forma de consumo de la harina de banano orgánico con un 53% en comparación a los casados que prefieren las galletas como forma de consumo de la harina de banano orgánico con un 67%. Por otro lado, el 25% de las personas encuestadas la consumen por medio de tortillas y el 5% por medio de colada.

## 5. Actualmente, ¿consume harina de banano orgánico?

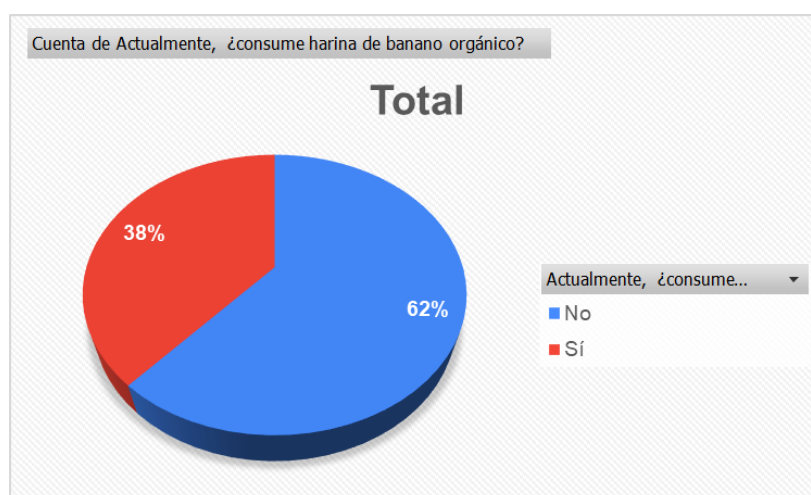


Figura 12 . Actualmente, ¿consume harina de banano orgánico?

Actualmente el 38% de los encuestados revelan que si consumen harina de banano orgánico mientras que el 62% actualmente no consume harina de banano orgánico producida por una empresa ecuatoriana.

## 6. Si su respuesta fue NO, ¿Por qué no la consume?

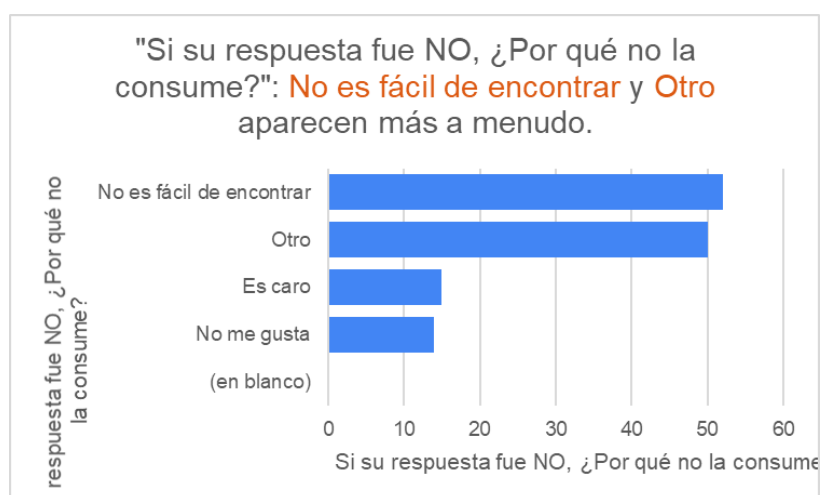


Figura 13 . Si su respuesta fue NO, ¿Por qué no la consume?

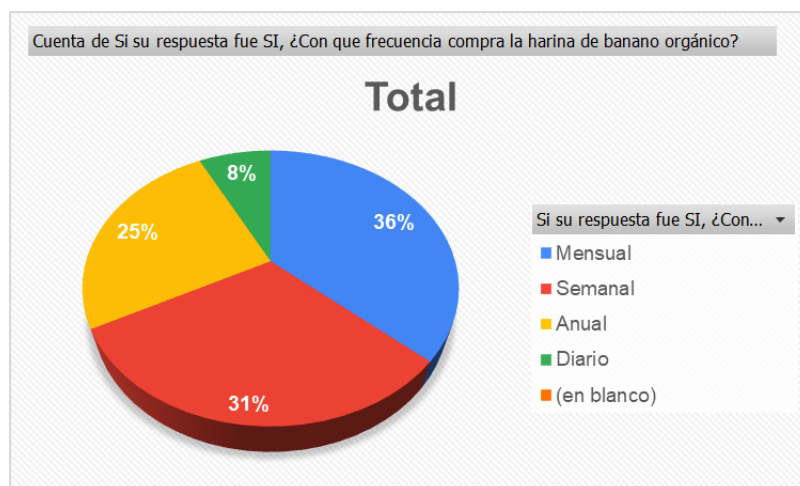
	Género	Total		
		Femenino	Masculino	
		% de N	% de N	% de N
		columnas	columnas	columnas
P7. Barreras de consumo de la harina de banano orgánico	No es fácil de encontrar	40%	36%	44%
	Otro	38%	41%	36%

Es caro	11%	10%	13%
No me gusta	11%	13%	8%
Total	100%	100%	100%

**Figura 14 Barreras de consumo de la harina de banano orgánico**

Como podemos observar en la gráfica el 40% de las personas encuestadas afirman que la harina de banano orgánica no es fácil de encontrar, por lo consiguiente el 36% de la población femenina indica que la harina de banano orgánica no es fácil de encontrar mientras que el 8% de la población masculina indica que el producto no le gusta. Por último, el 11% de los encuestado indica que por otros motivos no consume dicho producto.

**7. Si su respuesta fue SI, ¿Con que frecuencia compra la harina de banano orgánico?**



**Figura 15 . Si su respuesta fue SI, ¿Con que frecuencia compra la harina de banano orgánico?**

Como se puede observar en el gráfico, el 36% de las personas encuestadas mencionan que consumen el producto mensualmente, por otro lado, el 31% lo consume semanalmente, el 25% anualmente y, por último, el 8% diario.

## 8. ¿Dónde compra la harina de banano orgánico?

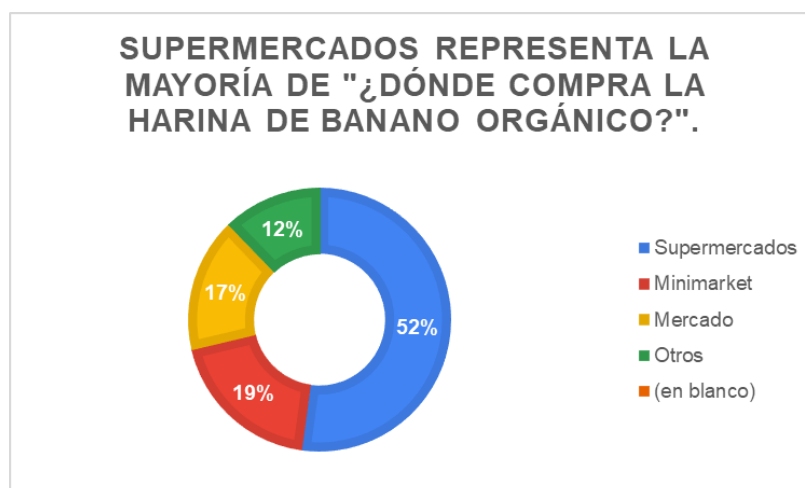


Figura 16. ¿Dónde compra la harina de banano orgánico?

El 52% de la población afirma que compra el producto en supermercados, el 19% en minimarket, el 17% en el mercado y el 12% en otros.

## 9. ¿Conoce las propiedades nutritivas que contiene la harina de banano orgánico?

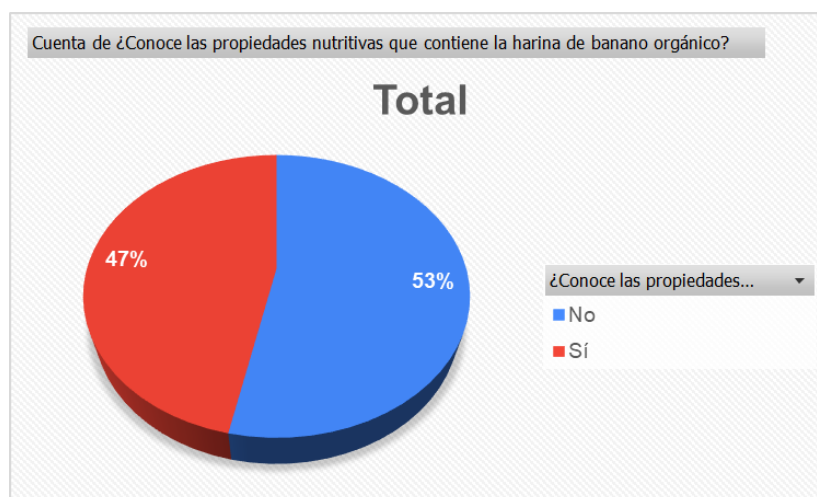


Figura 17. ¿Conoce las propiedades nutritivas que contiene la harina de banano orgánico?

De acuerdo a los datos obtenidos, se comprobó que el 53% de la población encuestada no conocen las propiedades nutritivas que contiene la harina de banano

orgánico, mientras que el 47% afirmó conocer las propiedades nutritivas de la harina de banano orgánico.

### 10. ¿Cuáles serían los motivos por los cuales estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico?

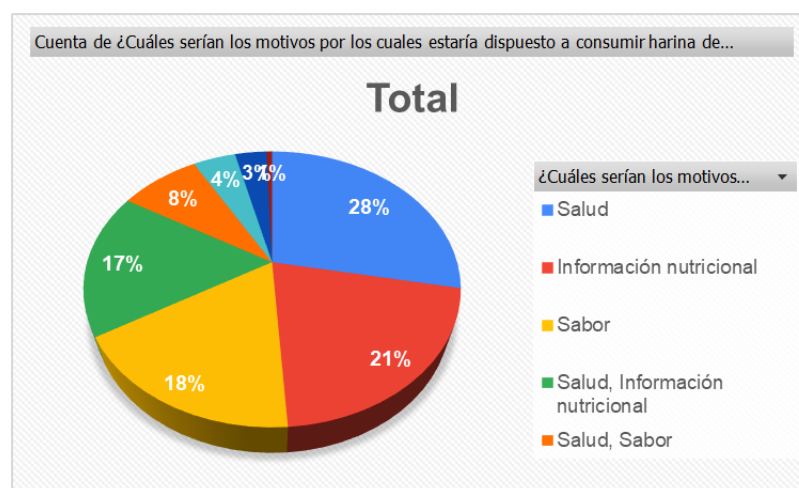


Figura 18 . ¿Cuáles serían los motivos por los cuales estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico?

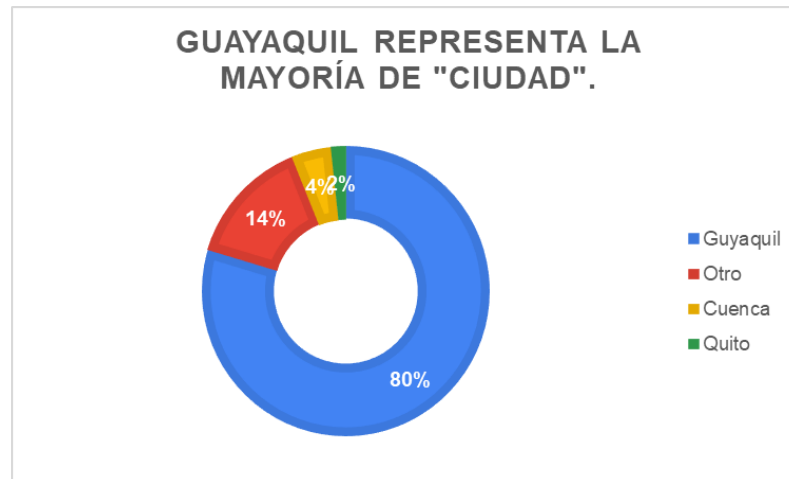
		Edad (Agrupada)		
		Total % de columnas	18-23 años % de columnas	24 años en adelante % de columnas
P14. Motivos por los cuales se estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico	Salud	53%	53%	54%
	Información nutricional	41%	42%	38%
	Sabor	29%	32%	19%
	Presentación	5%	3%	11%
	Total	100%	100%	100%

Tabla 1 Motivos por los cuales se estaría dispuesto a consumir harina de banano orgánico

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de campo se comprobó que el 53% consumirían la harina de banano orgánico por salud teniendo en cuenta que el 53% son personas de 18-23 años y el 54% personas de 24 años en adelante. El 41% la consumirían por información nutricional siendo el 42% (18-23 años) y el 38% (24 años en adelante). Por otra parte, el 29% de los encuestados consumirían el producto por su sabor teniendo en cuenta que el 32% son personas de 18-23 años y el 19% de 24 años

en adelante. Por último, el 5% de los encuestados afirmaron que consumirían la harina de banano orgánico por su presentación, con el 3% de personas de 18-23 años y el 11% personas de 24 años en adelante.

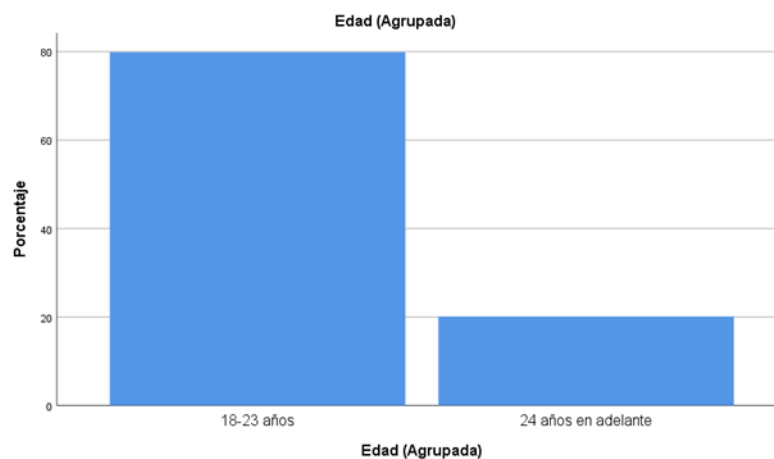
## 11. Ciudad



**Figura 19 Ciudad**

De acuerdo a la población encuestada el 80% de las personas son de la ciudad de Guayaquil, el 4% son de la ciudad de Cuenca, el 2% de la capital Quito y por último el 14% de los encuestados son de otra ciudad.

## 12. Edad

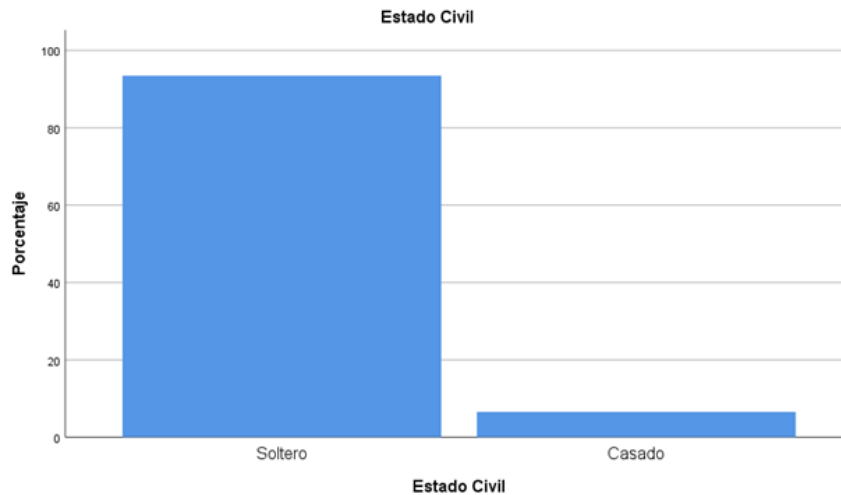


**Figura 20 Edad**



Como podemos observar en el gráfico, el 80% de los encuetados son personas de 18 a 23 años de edad, mientras que el otro 20% son personas de 24 años en adelante.

### 13. Estado Civil



**Figura 21 Estado Civil**

Podemos observar en el grafico que indica el estado civil que el 93,5% de los encuestados son solteros mientras que 6,5% de los encuestados son casados.

### Análisis e Interpretación

Luego de haber analizado las encuestas podemos decir que hay más incidencia de parte de las personas solteras en comer pancakes como consumo de la harina de banano orgánico a diferencia de las personas casadas que prefieren consumirla por medio de galletas. Por otro lado, se puede decir que el mayor consumo harina de banano orgánico de parte de la población es de un rango de edad de 18 a 23 años por lo que indicaron que la consumen por salud y por información nutricional.

Este producto está destinado a ser comercializado mediante un distribuidor en los diferentes supermercados del país ya que estos ya tienen un mercado fijo y se puede llegar a un mejor alcance de mercado mediante este medio.

Los consumidores de la harina de banano orgánico son predominantemente jóvenes ya que están entre las edades de 18 a 23 años, en base a esto ellos estarían dispuestos a pagar por el producto \$4.00.

## Capítulo V: Evaluación Financiera del Proyecto

Para poder efectuar el proyecto de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A., se recurre a realizar una proyección de ventas y de costos de producción.

**Tabla 2 Plan de Inversión**

### Plan de Inversión

Can.	Descripción	Costo Unitario	Presupuesto
	<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
	<b>Muebles y Enseres</b>		
2	Escritorio	\$ 150,00	\$ 300,00
10	Silla	\$ 30,00	\$ 300,00
1	Archivador	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Mesa	\$ 95,00	\$ 95,00
	<b>Total de muebles y enseres</b>		<b>\$ 765,00</b>
	<b>Equipos de oficina</b>		
1	Central de aire acondicionado	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
1	Central telefónica	\$ 130,00	\$ 130,00
2	Extintores	\$ 20,00	\$ 40,00
	<b>Total equipos de oficina</b>		<b>\$ 2.670,00</b>
	<b>Equipo de computo</b>		
3	Computadoras		\$ 1.800,00
1	Impresora		\$ 300,00
1	Scanner		\$ 200,00
	<b>Total</b>		<b>\$ 2.300,00</b>
	<b>Maquinarias/equipos</b>		
1	Molino de martillo		\$ 500,00
2	Deshidratador de fruta		\$ 1.200,00
1	Balanza		\$ 30,00
1	Cortadora	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Empacadora		\$ 25,00
	<b>Total Maquinarias/equipos</b>		<b>\$ 1.905,00</b>

	<b>Gastos de terreno</b>		
1	Terreno	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
1	Construcción	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
	<b>Total de Gastos</b>		<b>\$ 50.000,00</b>
	<b>Vehículo</b>		
1	Camioneta 4x2 Diesel	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	<b>Total</b>		<b>\$ 20.000,00</b>
	<b>Impuestos</b>		
1	RUC		\$ 100,00
1	Cuerpo de bomberos		\$ 100,00
1	Patente municipal		\$ 180,00
	<b>Total de impuestos</b>		<b>\$ 380,00</b>
	<b>Gasto de adecuación</b>		
1	Elaboración del proyecto	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
1	Registro de la marca		\$ 65,00
1	Certificación orgánica		\$ 1.500,00
1	Gastos de operación		\$ 180,00
1	Gastos de organización		\$ 540,00
	<b>Total de gasto de adecuación</b>		<b>\$ 3.985,00</b>
	<b>Capital de operación</b>		
	<b>Gastos administrativos</b>		
	Servicios básicos		\$ 982,00
	Sueldos		\$ 6.375,00
	<b>Total de gastos administrativos</b>		<b>\$ 7.357,00</b>
	<b>Gastos de ventas</b>		
	Publicidad		\$ 650,00
	Otros gastos		\$ 460,00
	<b>Total de gastos de ventas</b>		<b>\$ 1.110,00</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 89.362,00</b>

## Depreciación

Activos Fijos	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL	% de Depreciación	Depreciación
Muebles y Enseres	24	\$ 765	\$ 18.360	10,00%	\$ 1.836
Equipos de Computo	5	\$ 2.300	\$ 11.500	33,33%	\$ 3.833
Equipos de Oficina	4	\$ 2.670	\$ 10.680	20,00%	\$ 2.136
Vehículo	1	\$ 20.000	\$ 20.000	20,00%	\$ 4.000
			\$ 60.540		\$ 11.805

**Tabla 3 Depreciación**

Activos Fijos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Muebles y Enseres	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 1.836	\$ 18.360
Equipos de Computo	\$ 3.833	\$ 3.833	\$ 3.833								\$ 11.500
Equipos de Oficina	\$ 2.136	\$ 2.136	\$ 2.136	\$ 2.136	\$ 2.136						\$ 10.680
Vehículo	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000						\$ 20.000
<b>Depreciación total</b>	<b>\$ 11.805</b>	<b>\$ 11.805</b>	<b>\$ 11.805</b>	<b>\$ 7.972</b>	<b>\$ 7.972</b>	<b>\$ 1.836</b>	<b>\$ 1.836</b>	<b>\$ 1.836</b>	<b>\$ 1.836</b>	<b>\$ 1.836</b>	<b>\$ 60.540</b>

**Tabla 4 Activos fijos**

## Financiamiento

Inversión	Absoluto (\$)	Relativo
Capital Propio	\$ 30.000	34%
Financiamiento (BNF)	\$ 59.362	66%
<b>Total</b>	<b>\$ 89.362</b>	<b>100%</b>

**Tabla 5 Financiamiento**

## Tasa de interés y cuotas del crédito bancario

Préstamo	\$ 59.362
Cuotas	60
Tasa de interés anual	10%
Periodos en el año	12
Interés Mensual	10

**Tabla 6 Tasa de interés y cuotas del crédito bancario**

## Tabla de amortización

Años	1	2	3	4	5
Monto de Préstamo	\$ 59.362,00	\$ 47.489,60	\$ 35.617,20	\$ 23.756,67	\$ 11.854,58
Abono de Capital	\$ 11.854,58	\$ 11.854,58	\$ 11.854,58	\$ 11.854,58	\$ 11.854,58
<b>Saldo</b>	<b>\$ 47.507,42</b>	<b>\$ 35.635,02</b>	<b>\$ 23.762,62</b>	<b>\$ 11.902,09</b>	<b>\$ -</b>

**Tabla 7 Tabla de amortización**

## Gastos Generales

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$ 900,0	\$ 10.800,0	\$ 990,0	\$ 11.880,0	\$ 1.089,0	\$ 13.068,0
Agua potable	\$ 20,0	\$ 240,0	\$ 22,0	\$ 264,0	\$ 24,2	\$ 290,4
Combustible	\$ 480,0	\$ 5.760,0	\$ 528,0	\$ 6.336,0	\$ 580,8	\$ 6.969,6
Internet	\$ 90,0	\$ 1.080,0	\$ 99,0	\$ 1.188,0	\$ 108,9	\$ 1.306,8
Utensilios de limpieza	\$ 70,0	\$ 840,0	\$ 77,0	\$ 924,0	\$ 84,7	\$ 1.016,4
Materiales de oficina	\$ 30,0	\$ 360,0	\$ 33,0	\$ 396,0	\$ 36,3	\$ 435,6
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.590</b>	<b>\$ 19.080</b>	<b>\$ 1.749</b>	<b>\$ 20.988</b>	<b>\$ 1.924</b>	<b>\$ 23.087</b>

Tabla 8 Gastos Generales

## Gastos de Ventas

Gastos de ventas	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 130,0	\$ 1.560,0	\$ 143,0	\$ 1.716,0	\$ 157,3	\$ 1.887,6
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130</b>	<b>\$ 1.560</b>	<b>\$ 143</b>	<b>\$ 1.716</b>	<b>\$ 157</b>	<b>\$ 1.888</b>

Tabla 9 Gastos de Ventas

## Gastos Administrativos

Detalles de gastos							
Cantidad	Rubro	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	850	10200	11220	12342	13576,2	14933,82
1	Contador	500	6000	6600	7260	7986	8784,6
1	Secretaria	370	4440	4884	5372,4	5909,64	6500,604
1	Jefe de mercado	500	6000	6600	7260	7986	8784,6
1	Jefe de producción	850	10200	11220	12342	13576,2	14933,82
1	Obrero	400	4800	5280	5808	6388,8	7027,68
1	Chofer	700	8400	9240	10164	11180,4	12298,44
1	Personal de mantenimiento	400	4800	5280	5808	6388,8	7027,68
	Community Manager	450	5400	5940	6534	7187,4	7906,14
	Aporte patronal	535	6420	12840	19260	25680	32100
	Décimo cuarto		4300	4515	4740,75	4977,79	5226,68
	Décimo tercero		4700	4935	5181,75	5440,8375	5712,87938
	<b>Total de gastos</b>	<b>\$ 5.555</b>	<b>\$ 75.660</b>	<b>\$ 88.554</b>	<b>\$ 102.073</b>	<b>\$ 116.278</b>	<b>\$ 131.237</b>

Tabla 10 Gastos Administrativos

## Costo de elaboración de la harina de banano orgánico

Detalle de costo de venta									
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	V.U	V.T	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de banano orgánico	6475	kg	\$ 0,78	\$ 5.051	\$ 60.606	\$ 65.454	\$ 70.691	\$ 76.346	\$ 82.454
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 60.606</b>	<b>\$ 65.454</b>	<b>\$ 70.691</b>	<b>\$ 76.346</b>	<b>\$ 82.454</b>

Tabla 11 Costo de elaboración de la harina de banano orgánico

## Ingresos de Ventas

Detalle de Ingresos									
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	P.V.P	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de banano orgánico	6475	kg	\$ 4	\$ 25.900	\$ 310.800	\$ 357.420	\$ 411.033	\$ 472.688	\$ 543.591
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 310.800</b>	<b>\$ 357.420</b>	<b>\$ 411.033</b>	<b>\$ 472.688</b>	<b>\$ 543.591</b>

Tabla 12 Ingresos de Ventas

## Estado de Resultados

Estado de resultados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 310.800	\$ 357.420	\$ 411.033	\$ 472.688	\$ 543.591
(-)Costo de Producción	\$ 60.606	\$ 65.454	\$ 70.691	\$ 76.346	\$ 82.454
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 250.194	\$ 291.966	\$ 340.342	\$ 396.342	\$ 461.137
(-)Gastos Administrativos	\$ 70.260	\$ 82.614	\$ 95.539	\$ 109.091	\$ 123.331
(-)Gastos Generales	\$ 19.080	\$ 1.749	\$ 20.988	\$ 1.924	\$ 23.087
(-)Gastos de Ventas	\$ 1.560	\$ 143	\$ 1.716	\$ 157	\$ 1.888
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 159.294	\$ 207.460	\$ 222.099	\$ 285.170	\$ 312.832
(-) Gastos Financieros	\$ 18.249	\$ 15.512	\$ 13.185	\$ 11.207	\$ 9.526
<b>Utilidad Antes part de Trabajadores</b>	\$ 141.045	\$ 191.948	\$ 208.914	\$ 273.963	\$ 303.306
Participación de trabajadores	\$ 21.157	\$ 28.792	\$ 31.337	\$ 41.094	\$ 45.496
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 119.888	\$ 163.156	\$ 177.577	\$ 232.868	\$ 257.810
(-)Impuesto	\$ 44.359	\$ 60.368	\$ 65.704	\$ 86.161	\$ 95.390
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 75.530	\$ 102.788	\$ 111.874	\$ 146.707	\$ 162.420

Tabla 13 Estado de Resultados

## Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos proyectados		\$ 310.800	\$ 357.420	\$ 411.033	\$ 472.688	\$ 543.591
<b>TOTAL</b>		\$ 310.800	\$ 357.420	\$ 411.033	\$ 472.688	\$ 543.591
<b>EGRESOS</b>						
Inversión inicial	-\$ 89.362					
Depreciaciones		\$ 11.805	\$ 11.805	\$ 11.805	\$ 7.972	\$ 7.972
Amortizaciones		\$ 11.855	\$ 11.855	\$ 11.855	\$ 11.855	\$ 11.855
Sueldos y salarios		\$ 70.260	\$ 82.614	\$ 95.539	\$ 109.091	\$ 123.331
<b>TOTAL</b>	-\$ 89.362	\$ 93.920	\$ 106.274	\$ 119.199	\$ 128.917	\$ 143.157

Tabla 14 Flujo de caja

## Evaluación Financiera

PERIODOS	INGRESOS	COSTO	VARIACION
0		-\$ 310.800	-\$ 310.800
1	\$ 310.800	\$ 60.606	\$ 250.194
2	\$ 357.420	\$ 65.454	\$ 291.966
3	\$ 411.033	\$ 70.691	\$ 340.342
4	\$ 472.688	\$ 76.346	\$ 396.342
5	\$ 543.591	\$ 82.454	\$ 461.137

TASA	14,4%
VAN	\$ 825.054
TIR	90%

Tabla 15 Evaluación Financiera

La evaluación del presente proyecto da como resultado del TIR un 90%, el VAN confirma la efectividad del proyecto ya que es mayor a 0 lo cual demuestra que es rentable.

### Punto de Equilibrio

Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 310.800	\$ 357.420	\$ 411.033	\$ 472.688	\$ 543.591
Fijos	\$ 93.920	\$ 106.274	\$ 119.199	\$ 128.917	\$ 143.157
Variables	\$ 60.606	\$ 65.454	\$ 70.691	\$ 76.346	\$ 82.454

Cantidad de venta PE	2430,64
----------------------	---------

### Tabla 16 Punto de Equilibrio

En la evaluación del punto de equilibrio podemos concluir con que se debe vender una cantidad de 2430,64 para no tener pérdidas.

## **Conclusiones**

El presente proyecto de crear un producto para la comercialización de harina de banano orgánico en la empresa familiar exportadora de banano convencional Pellikari S.A., nace de la idea de expandir sus productos y marca mediante la elaboración y comercialización de un producto un alto valor nutricional. Por lo cual, se recopilaron datos de tiempo real para conocer la factibilidad del proyecto de este trabajo.

Mediante el estudio de mercado realizado se pudo determinar que los jóvenes solteros de 18 a 23 años le atraen la idea de consumir productos orgánicos, e indican que están dispuestos a pagar un precio estimado por un producto que ayuda al medio ambiente y a la salud, siendo este un producto de alta calidad. Por otro lado, pudimos analizar los métodos metodológicos del proyecto que se está llevando a cabo, y se puede indicar que se tiene un mercado que no conoce o consume productos orgánicos como lo es la harina de banano orgánico, aunque sabiendo que existen otros productos derivados a este, que son dirigidos a otro tipo de mercado con la posibilidad de elaborar como producto final un producto orgánico puesto a que genera un mayor alcance y crecimiento en los consumidores.

Tomando en cuenta las estrategias de publicidad se pretende presentar el producto por medio de ferias, páginas webs, vallas publicitarias y redes sociales para así poder llegar al alcance de los consumidores de este tipo de productos y tener una mayor posibilidad de llegar al mercado que queremos.

La oferta de exportación es caracterizada por comercializar el producto que es la harina de banano orgánico en empaques con el precio de \$4.00, ya que debido a las investigaciones realizadas es la mejor forma de comercializar el producto.

Finalmente, luego de haber aplicado los indicadores para observar la viabilidad del proyecto y de proceder a realizar el análisis de evaluación financiera como el TIR que dio un



resultado del 90%, lo que da a entender que la tiene una alta tasa de retorno, por otro lado el VAN es de \$825,054, por lo que se puede concluir que es oportuno invertir en la comercialización y por lo consiguiente en la exportación del producto de harina de banano orgánico, lo cual indica que la empresa va a estar en crecimiento económico en el transcurso de los años.

## **Recomendaciones**

En base al análisis y las conclusiones recopiladas en el presente proyecto de investigación, se enmarcan las siguientes recomendaciones con la finalidad de promover la comercialización y exportación de nuevos productos orgánicos, para brindar valor a los productos ecuatorianos existentes.

Una de las recomendaciones para la empresa Pellikari S.A., es que a largo plazo busque expandir sus exportaciones a otras ciudades del mundo para así poder tener un mercado más amplio, con un conocimiento de valor a los productos orgánicos. Por último, es importante que la empresa cuente con las certificaciones orgánicas pertinentes para que brinden una mayor importancia en el mercado internacional, ya que es uno de los aspectos más importantes en el posible nuevo mercado.

Para finalizar, una recomendación para el sector agrícola es buscar que los consumidores de este tipo de productos, busquen nuevos productos que aporten un alto valor nutricional y por lo tanto sean rico en nutrientes al momento de consumirlo.

## **Bibliografía**

Bustos, H. D. (18 de Marzo de 2006). *Proyectos factibles o proyectos viables*.

Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/proyectos-factibles-o-proyectos-viables/>

Calduch, R. (2012). *Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales*.

COPCI. (2010). *Ley 0 Registro Oficial Suplemento 351*.

Dupont. (1995). Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/5718/571867103006/html/>

Ecuador, C. d. (2008). *Sección Séptima Política Comercial. Art. 306*. Obtenido de

<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

Exterior, M. d. (Diciembre de 2017). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*.

Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/12/InformeSector-bananero-esp%C3%B1ol-04dic17.pdf>

FAO. (2012). *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo - Alcance, causas y prevención*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i2697s.pdf>

Fred, D. (2013). *Administración Estratégica*. Pearson. Obtenido de

[https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf)

Intelectuales, S. N. (29 de Diciembre de 2014). *La certificación de productos*.

Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/lacertificacion-de-productos-organicos-es-posible-en-ecuador/>

- Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de administracion financiera*. Obtenido de [https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf)
- Leon, F. (2015). *¿Sabes qué es un estudio de mercado?* Obtenido de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>
- Mendieta. (2014). *Un reporte sobre el despifarro y los estándares de calidad en la producción bananera en el Ecuador*. Obtenido de [https://issuu.com/elmaizal.audiovisual/docs/a.\\_reporte\\_rechazo\\_111111](https://issuu.com/elmaizal.audiovisual/docs/a._reporte_rechazo_111111)
- Pellikari. (2017). Obtenido de <https://www.pellikari.com/>
- Riddle, J., & Ford, J. (1999). *Manual de Inspectores Orgánicos. 2 ed. Independent Organic*.
- Rodriguez, M. A. (2002). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 135-156. Obtenido de *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, VIII(1), 135-156. .
- Santos, T. (2008). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSION: ETAPAS EN SU ESTUDIO*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Telégrafo, E. (25 de Enero de 2014). *15 millones se ahorrarian en importación de trigo*. Obtenido de : <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/15-millones-se-ahorrarian-enimportacion-de-trigo>
- Vanegas, V. (2015). *MINUTA DE CONFECCIÓN ESTUDIO TÉCNICO DE ANF C-33, 9*. Obtenido de <https://sitio.gorebiobio.cl/wp-content/uploads/2015/11/ESTUDIO-TECNICO.pdf>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vergara Serrado Luisa María**, con C.C: # 1206845461 autor/a del trabajo de integración curricular: **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **Análisis de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.** previo a la obtención del título de **Licenciado en Negocios Internacionales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de integración curricular para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de integración curricular, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **7 de febrero de 2023**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Vergara Serrado Luisa María**

C.C: **1206845461**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis de factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A.	
<b>AUTOR(ES)</b>	Vergara Serrado Luisa María	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ. Lucin Castillo Virginia Carolina	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa	
<b>CARRERA:</b>	Negocios Internacionales	
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Negocios Internacionales	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	07 de febrero de 2023	No. DE PÁGINAS: 43 páginas
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Desarrollo de Negocios, Administración, Marketing	
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Banano ecuatoriano, valor nutricional, certificación, comercialización.	
<p><b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): En Ecuador la producción y exportación de banano representa mucho a la economía del país, por lo que satisface a la demanda nacional e internacional, esta producción crea una alta ventaja al momento de la comercialización de dicho producto que viene de la mano con la calidad y su valor nutricional, por lo consiguiente, garantiza empleo a las familias que se dedican a la producción del banano ecuatoriano. El proyecto de investigación tiene como propósito analizar la factibilidad para la producción de harina de banano orgánico en la empresa Pellikari S.A., que es una empresa familiar exportadora de banano convencional ubicada en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos, en el que la mayor fuente de trabajo es la agricultura. Pudimos empezar este proyecto analizando la problemática mediante estudios de la situación actual de la producción de banano orgánico, por lo consiguiente se pudo realizar la justificación, se plantean los objetivo general y específicos, y las limitaciones que este va a tener. Se utilizó una metodología analítica descriptiva, donde se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas para saber la aceptación de la población hacia el producto que se va a ofrecer y si se podrá satisfacer las necesidades del consumidor y finalmente se realizó una evaluación financiera para demostrar la viabilidad de este trabajo de investigación.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593987654123	<b>E-mail:</b> luisa.vergara@cu.ucsg.edu.ec
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UIC):</b>	<b>Nombre:</b> Román Bermeo, Cynthia Lizbeth	
	<b>Teléfono:</b> +593-984228698	
	<b>E-mail:</b> cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		