



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRICOLA**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
FLOR DE JAMAICA DESHIDRATADA EN EL CANTÓN
GUAYAQUIL”**

COLCHA GUANANGA ALEXANDRA ROCIO

MILAGRO, ECUADOR

2021

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el Trabajo de Titulación, denominada: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLOR DE JAMAICA DESHIDRATADA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por la estudiante, **ALEXANDRA ROCIO COLCHA GUANANGA**, quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

.....
ECON. JENNY YÁNEZ CABRERA MSc.
DIRECTOR DE TESIS

Milagro, 24 de febrero del 2021

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLOR DE JAMAICA
DESHIDRATADA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”**

AUTORA

ALEXANDRA ROCIO COLCHA GUANANGA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ECONOMÍA AGRÍCOLA COMO REQUISITO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PhD. Melissa Arteaga Feraud MSc.

PRESIDENTE

Ing. Fátima Salavarría Alcívar ,MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Jenny Yáñez Cabrera, MSc.

EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena mi vida a mis padres por estar siempre presentes por ser los gestores de mi vida y el ejemplo constante de superación. Así también a mi amado esposo quienes son mi apoyo y fortaleza en la vida. Apoyándome en todo momento hasta cumplir mis metas.

A la universidad Agraria del Ecuador por darme la oportunidad de estudiar la carrera de Economía Agrícola brindándome los conocimientos necesarios para ser una excelente profesional.

A mis docentes de la carrera por transmitir sus conocimientos, consejos que me brindaron cuando más lo necesitaba.

A mi tutora de tesis quien fue guía en el transcurso de la realización de mi tesis.

.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin debilitarme. A mis padres, esposo y mi emprendimiento de Esjamaica que con apoyo incondicional amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autor/a y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

.....
ALEXANDRA ROCIO COLCHA GUANANGA

C. I. 0605907393

RESUMEN

El presente trabajo se desarrolló para la marca Esjamaica del cantón Milagro del km 4 vía al km 26 aplicando un proceso de innovación que transforme la materia prima en elaborados y generar oportunidades laborales para el sector. Con respecto al trabajo realizado su objetivo principal es elaborar un plan de negocio para la comercialización de flor de jamaica deshidratada en el cantón Guayaquil que permite obtener estrategias para llegar al cliente y lograr que el producto sea reconocido por su marca y calidad, proporcionando a la empresa no solo la viabilidad de posicionar el producto, sino también la rentabilidad del propietario. La flor de jamaica fue seleccionada para introducirla en el mercado guayaquileño, a lo largo del trabajo se describe desde el cultivo hasta las diferentes etapas del proyecto, procesos de manufactura, la transformación de materia prima en elaborados, así como también sus diferentes canales de comercialización. Por otra parte, se realizó un análisis de mercado demostrando que la rentabilidad de este puede ser una oportunidad para el productor de implementar nuevos cultivos y de mejorar sus ingresos. Se detalla en el primer objetivo específico el estudio de mercado a través de encuestas online realizado en el cantón Guayaquil. Por lo tanto, en el segundo objetivo específico se plantea las estrategias de marketing para la comercialización y se elaboró los análisis de FODA, PEST para el posicionamiento de Esjamaica. De tal manera en el tercer objetivo específico se ejecutó un análisis financiero. Finalmente, obtuvimos buenos resultados con respecto al trabajo aplicado.

Palabras claves: *jamaica, productores, cultivo, viabilidad, rentabilidad.*

SUMMARY

This work was developed for the Esjamaica brand in the Milagro canton from km 4 to km 26, applying the innovation of transforming raw materials into processed products and generating work opportunities for the sector. Regarding the work carried out, its main objective is to develop a business plan for the commercialization of dehydrated Jamaica flower in the Guayaquil canton that allows us to obtain strategies to reach the customer and achieve that the product is recognized for its brand and quality since It will provide not only the feasibility of positioning the product, but also the profitability of the owner. The Jamaica flower was selected for opening in the Guayaquil market throughout the work is described from the cultivation to the different stages of the project, manufacturing processes, the transformation of raw material into elaborated, as well as its different marketing channels. On the other hand, a market analysis was carried out showing the profitability of this item can be an opportunity for the producer to implement new crops and improve their income. The first specific objective is detailed in the market study through online surveys carried out in the Guayaquil canton. Therefore, in the second specific objective, the marketing strategies for commercialization were proposed and the SWOT and PEST analyzes were prepared for the positioning of Esjamaica. Thus, in the third specific objective, a financial analysis was executed. Finally, we obtained good results with respect to the applied work.

Keywords: jamaica, producers, crop, viability, profitability.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Caracterización del tema	2
Planteamiento de la situación problemática	2
Justificación o importancia de la investigación	2
Delimitación Del Problema De Investigación	2
Formulación del problema de investigación	3
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos específicos de la investigación	3
Hipótesis o idea a defender	3
Aporte teórico o conceptual	3
Aplicación práctica	3
CAPÍTULO I	4
MARCO TEÓRICO	4
1.1 Estado del Arte	4
1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática	6
CAPÍTULO II	13
ASPECTOS METODOLÓGICOS	13
2.1. Métodos	13
2.1.1. Tipo de Investigación	13
2.1.2. Diseño de la investigación	14
2.2. Variables	14
2.3. Población y Muestra	14
2.4. Muestra poblacional	14
2.5. Técnicas de Recolección de Datos	15
2.6. Estadística Descriptiva e Inferencial	15
2.7. Diseño Experimental	16
2.8. Cronograma de Actividades	16
RESULTADOS	17

DISCUSIÓN	46
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA CITADA	49
ANEXOS	55
APÉNDICES	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de la operacionalización de las variables.....	55
Anexo N° 2: Cronograma de actividades.....	56
Anexo N° 3: Encuesta online.....	57
Anexo N° 4: Esjamaica en Supermercados Delportal	57
Anexo N° 5: Comercialización Esjamaica en Guayaquil	58
Anexo N° 6: Entrega de Esjamaica al local frutos secos la cosecha	58
Anexo N° 7: Análisis de FODA	59
Anexo N° 8: Análisis de Pest.....	59

ÍNDICE DE APÉNDICES

Tabla N° 1: Descripcion del producto “Esjamaica”	18
Tabla N° 2: Consumo de Flor de Jamaica deshidratada.....	19
Tabla N° 3: Motivos para el consumo de Flor de Jamaica deshidratada.....	20
Tabla N° 4: Preferencia de lugares para adquirir la Flor de Jamaica deshidratada	20
Tabla N° 5: Frecuencia de consumo de la Flor de Jamaica deshidratada	21
Tabla N° 6: Beneficios del consumo de la Flor de Jamaica deshidratada	21
Tabla N° 7: Bebidas que estarías dispuesto en comprar	22
Tabla N° 8: Características de la Flor de Jamaica deshidratada que consideran en el mercado.....	22
Tabla N° 9: Presentacion del empaque de la Flor de Jamaica deshidratada.....	23
Tabla N° 10: Valor a pagar por la presentacion de 50 gramos de la Flor de Jamaica deshidratada.....	23
Tabla N° 11: Satisfacion con el producto.....	24
Tabla N° 12: Análisis FODA.....	25
Tabla N° 13: Análisis PEST	25
Tabla N°14: Análisis PEST – Aspecto Político.....	26
Tabla N° 15: Requisitos Fisicoquímicos Para Hierbas Aromáticas.....	60
Tabla N° 16 : Requisito Microbiológico Para Hierbas Aromáticas.....	60
Tabla N°17: Requisitos De Contaminantes Para Hierbas Aromáticas	61
Tabla N °18: Análisis Pest – Aspecto Económico	27
Tabla N° 19 : Análisis Pest – Aspecto Social	29
Tabla N° 20: Análisis Pest – Aspecto Tecnológico.....	30
Tabla N°21: Lista De Precios Para Supermercados.....	31
Tabla N°22: Valor Actual Neto (Van).....	34
Tabla N° 23: Activos Fijos.....	35
Tabla N° 24: Mano de obra	36
Tabla N° 25: Gastos de Pre-operacion	37
Tabla N° 26: Costos de Producción.....	38
Tabla N° 27: Calculo de la demanda insatisfecha.....	61

Tabla N° 28: Demanda insatisfecha del mercado.....	38
Tabla N° 29: Oferta e Ingresos Proyectados por año.....	39
Tabla N° 30: Inversión del Proyecto.....	40
Tabla N° 31: Amortización	40
Tabla N° 32: Flujo de caja.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Organigrama	42
---------------------------------------	----

INTRODUCCIÓN

En el trabajo de investigación se desarrolló un plan de negocios que permitió realizar un estudio de mercado, comprender el nivel de aceptación de la flor de Jamaica, analizar la competencia y los tipos de clientes. Por lo tanto, conocer las estrategias utilizadas para lograr los objetivos de este estudio y comprender su viabilidad y rentabilidad. (Caurin, 2017)

Flor de jamaica, cuyo nombre científico es *Hibiscus Sabdariffa* L es conocida como rosa de jamaica o flor de jamaica, pertenece a la familia Malváceas y es originaria de África. Crece en regiones tropicales y subtropicales de India, Tailandia, Senegal, Estados Unidos, Panamá, México. (Goñi, 2010)

Por lo tanto, México es el país con mayores productos florales de jamaica en América Latina. El 95% de los productos se vende como flor deshidratada y el resto se vende como flores frescas. Consume alrededor de 14.000 toneladas al año y cerca del 50% de los productos importados pueden cubrir la demanda. (Ferrero, 2018)

En el caso de Ecuador, la flor de Jamaica se cultiva en pequeñas áreas de las provincias de Napo, Morona Santiago y Pastaza. Este es un cultivo que se puede deshidratar durante todo el año en el país. Además, se puede conseguir diversos productos como té, jugo, vino, jaleas, conservas, gelatina, mermelada y yogurt. También se puede utilizar para elaborar nuevos platos gourmet en tiendas y pastelerías la utilizan debido a su color y sabor natural para distinguirlo de otras frutas. (Leon, 2015)

Finalmente, debido al contenido de proteínas, carbohidratos, grasas y vitaminas, consumir flores de jamaica ayuda aumentar el valor nutricional. También, es muy buena para el uso medicinal, como antihipertensivo, analgésico, digestivo y antiinflamatorio, diurético, adelgazante, desintoxicante, antioxidante, tonificante, estimulante, afrodisíaco, es vasodilatador y vitamínico. (Uchuari, 2016)

Caracterización del tema

Los resultados de la investigación serán de utilidad para los consumidores debido a la falta de conocimiento sobre los beneficios de consumir la flor de jamaica, de las cuales son:

- El desconocimiento del proceso de producción de la flor de Jamaica es un obstáculo para generar productos con valor agregado.
- Desconocimiento para la elaboración de té, jugos, vinos, mermeladas, gelatinas y yogurt a base de jamaica.
- Desconocimiento de la demanda internacional de bebidas saludables impide la introducción de nuevos productos en el mercado potencial, lo que dificulta la mejora y expansión de las relaciones comerciales.

_(Uchuari, 2016)

Planteamiento de la situación problemática

Los supermercados carecen de conocimientos sobre el producto flor de jamaica deshidratada. Asimismo, de los beneficios que nos pueden brindar como los diuréticos, antiinflamatorios y que es utilizada para preparar jugos, vinos y mermeladas. También mostrar a los clientes diferentes platos gourmet. (Araúz, 2017)

Justificación o importancia de la investigación.

El propósito de este trabajo es investigar si es factible comercializar la flor de jamaica deshidratada en el cantón Guayaquil. El plan de negocios es sin duda un elemento muy importante de las microempresas. Sus principales elementos son las estrategias de marketing y la propuesta de valor para los clientes potenciales. También señala todos los beneficios del producto.

Delimitación Del Problema De Investigación

El presente estudio sobre el plan de negocios para la comercialización de flor de jamaica deshidratada es para proponer la promoción de la marca Esjamaica en los supermercados, locales comerciales de Guayaquil. La ubicación donde se desarrolló la investigación es en la Provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

Formulación del problema de investigación.

¿Es el plan de negocios una alternativa para mejorar la comercialización de flor de jamaica deshidratada en el cantón Guayaquil?

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la comercialización de flor de jamaica deshidratada en el cantón Guayaquil.

Objetivos específicos de la investigación.

Realizar un estudio de mercado sobre el consumo de flor de jamaica deshidratada.
Establecer las estrategias para la comercialización de flor de jamaica deshidratada.
Elaborar un análisis financiero sobre la comercialización de flor de jamaica deshidratada.

Hipótesis o idea a defender

Las estrategias de comercialización si es viable para el proyecto.

Aporte teórico o conceptual

Este proyecto de investigación ayuda a recopilar información dentro del cantón Guayaquil para mejorar la comercialización de flor de Jamaica y generar el conocimiento de sus beneficios para los consumidores.

Aplicación práctica

Se soluciona la problemática del proyecto sobre el desconocimiento que tienen los consumidores sobre la flor de jamaica con las estrategias que se aplicará para introducir el producto a los supermercados, es una forma de dar a conocer a los consumidores sobre la comercialización de flor de jamaica.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del Arte

Plan de negocio

Para la creación de una nueva empresa, un plan de negocios que evalúe la probabilidad y los riesgos de éxito de esta manera es muy importante. Asimismo, será posible estudiar el entorno de desarrollo empresarial las ideas, modelos de negocio seleccionados. Es importante establecer metas y estrategias para el éxito. (Sánchez, 2015)

El plan de negocio es una herramienta como guía para emprendedores o empresarios. Mediante la planificación puede intercambiar ideas comerciales para gestionar la financiación. (Valencia, 2013)

Los planes de negocios son importantes para los emprendedores porque enfatizan todas las razones que muestran la importancia de ejecutar un plan de negocios.

Razones Internas

- Le da vida al proyecto.
- Puede evaluar la viabilidad de la empresa.
- Permite el uso sobre información de análisis para definir y enfocar los principales objetivos comerciales.
- Desarrollar e implementar un plan estratégico. (Bravo, 2015)
- Establecer metas para evaluar el desarrollo de planes estratégicos.

Razones Externas

- Puede ser una herramienta que permite a los emprendedores vender sus proyectos para financiar a socios, inversores, bancos, etc.
- Ayuda a adquirir proveedores y clientes.
- Te hace consciente del entorno de entrada a la competición_(Bravo, 2015)

Por lo tanto, León (2018) establece que un plan de negocio es una acción futura que una empresa debe ejecutar utilizando los recursos que tienen para lograr las metas u objetivos.

Asimismo, este plan de negocios se denomina plan económico y financiero porque se describe en detalle como un proceso sistemáticamente efectivo. El plan depende de la experiencia gerencial o técnica de los ejecutivos que integran la empresa. (Pinto, 2017)

El plan de negocios también es el material de apoyo para el emprendedor, es decir, entre los diversos apoyos que necesitan los emprendedores para iniciar un negocio propio. (Mathews, 2015)

Por otra parte, un plan de negocios es una herramienta que nos permite comunicar de manera clara , precisa la visión del emprendedor las oportunidades existentes en el entorno las metas, estrategias propuestas para el proceso desarrollo de actividades de planificación y los resultados económicos, financieros esperando el crecimiento de la empresa. (Mathews, 2015)

Según Bóveda (2015), el plan de negocios ayuda a preparar el plan de manera ordenada y sencilla. Asimismo, teniendo datos completos para hacer planes y obtener información de mercado.

Un plan de negocio es un conjunto de objetivos de una concepción o plan de negocios que constituye la fase de previsión y evaluación. La autoridad competente solía planificar tareas de esta manera se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o potenciales inversores para aportar fondos a la empresa. (Olivares, 2019)

Según Alarcón (2018), un plan de negocios es un documento escrito que un emprendedor debe después de confirmar un modelo comercial probado porque el cliente está dispuesto a pagar por sus productos y / o servicios.

Por último, un plan de negocios es un documento escrito de aproximadamente 30 páginas que incluye principalmente los objetivos de la

empresa para lograr las estrategias fijadas, estructura organizativa, cantidad de inversión necesaria para financiar el proyecto y las soluciones a problemas futuros. (Plata, 2017)

1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática

- **Análisis del Mercado**

El mercado descubrirá productos o servicios que se espera que satisfagan la demanda al mismo tiempo investigar la población según edad, características regionales, estilo familiar, ingresos, grado de competencia, productos alternativos, implementar cualquier estrategia de posicionamiento o lanzar distribución de producto o servicio. (Santos A. , 2015)

- **Análisis del sector**

A partir del análisis de la empresa se determinará su posición competitiva. A través de la observación, análisis y descripción de la industria de la empresa será posible detectar el grado de competitividad así descubrir su atractivo para el desarrollo empresarial de las cuales se destacan a continuación:

- ✓ La estructura actual y las perspectivas de la industria en la que está a punto de entrar.
- ✓ Intervenir en las tendencias económicas, sociales y culturales del sector.

- **Análisis del mercado propiamente dicho**

Según Arrezle (2016), este tipo de análisis consiste en conocer el estado actual de un mercado en particular al que una persona quiere ingresar.

- **Productos / servicios**

Un producto es un bien o servicio proporcionado por una empresa para un mercado objetivo con atributos tangibles que incluyen empaque, color, precio, calidad y marca. (Santos A. , 2015)

- **Clientes**

Es una persona que compra productos u obtiene servicios y mantiene una relación comercial con la empresa. (Alcázar, 2016)

- **Competencia**

Se refiere a las diferentes empresas privadas que existen en el mercado que brindan productos o servicios a un grupo de consumidores que operan de manera independiente en el mercado. Desarrollar la mejor estrategia para incrementar los beneficios para poder competir con otras empresas del sector en las mejores condiciones. (Garcia, 2017)

- **Análisis de FODA**

Es una técnica de planificación estratégica que le permite crear o reajustar estrategias incluidos negocios, marketing, comunicación y relaciones públicas.

Por ende, esta tecnología permitirá comprender el estado actual de la empresa u organización de esta manera, podrás obtener un diagnóstico certero para que puedas tomar decisiones en base a las metas y políticas marcadas por la agencia. (Gómez I. , 2016)

El término **FODA** es un acrónimo conformado por las primeras letras de las palabras:

1. Fortalezas
2. Oportunidades
3. Debilidades
4. Amenazas

ANÁLISIS PEST

Este análisis es una herramienta muy útil para estudiar los factores sobre el crecimiento del mercado y proporciona información para posicionar, potencializar y orientar el negocio. De esta forma, los 4 aspectos que se consideran en el desarrollo de las actividades de una empresa son: el entorno político, económico, social y tecnológico . (Jaramillo, 2015)

- **Plan de marketing**

Marketing y ventas que deben incluir cómo piensa vender el producto antes de comenzar a desarrollar un plan de marketing. (Arrezle, 2016)

- **Estrategia de posicionamiento**

Es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia tiene por objetivo a llevar en la marca desde su imagen y cuáles son los beneficios del producto. (Navarro, 2016)

- **Estrategia de precios.**

Lanzar al mercado nuevos productos a precios bajos o altos y reducir precios competitivos. (Labrador, 2016)

- **Estrategia de ventas**

Las ventas personales son sugerencias para establecer relaciones con los clientes , descubrir sus necesidades de productos, ubicaciones, horarios y precios ideales. (Chandler, 2016)

- **Estrategia de promoción**

Las estrategias de promoción son importantes para promover los productos generar demanda en el mercado e incluso lograr un buen posicionamiento de marca. Para vender un producto o servicio es muy importante conocer la estrategia clave para su éxito. (Alvarado, 2018)

- **Tácticas de negociación**

Tener éxito en las negociaciones es encontrar una fórmula que se pueda identificar. (Velasco, 2017)

- **Análisis Técnico y Operativo**

Básicamente describe el comportamiento del mercado estudia y explica los precios para lograr precios de mercado controlables. (Vitaller, 2017)

– **Análisis del producto**

Para realizar un análisis de producto es importante analizar el mercado al que queremos ofrecer nuestros productos de la siguiente manera:

- ✓ Público objetivo
- ✓ Comprender la demanda actual del mercado y la audiencia objetivo.
- ✓ Comprender la satisfacción de la audiencia objetivo con los competidores actuales en nuestro negocio. (Lopez, 2015)
- ✓ ¿Cuál es la cuota de mercado?
- ✓ ¿Cuánto están dispuesto a pagar por el producto?

• **Condiciones de calidad.**

La calidad del producto es muy importante para las empresas porque puede garantizar la satisfacción del cliente de esta manera se diferencia de la competencia. Asimismo, hay que asegurar que la calidad y la seguridad del producto estén relacionadas con el éxito de la empresa. (Castro, 2017)

– **Análisis de las facilidades con relación a las instalaciones físicas**

– **Ubicación de la oficina**

La ubicación de la sede comercial u oficina de tu negocio es necesario para el producto o servicio que proporcionas al público requiere un análisis de los requisitos de ubicación. (Space, 2019)

– **Personal necesario**

Para todas las empresas debe capacitar al personal nuevo para operar ciertos equipos significa grandes desafíos y responsabilidades.

– **Equipos de control de calidad**

El control de calidad se encarga de verificar los productos mediante muestreo o inspección al 100%. La calidad solo involucra al departamento de calidad y sus inspectores, el propósito es asegurar que ningún producto defectuoso llegue al cliente. (Salazar, 2019)

- **Análisis Administrativo**

- **Estructura del grupo empresarial**

Liderazgo Formal: en un grupo generalmente hay un personal formal de la cual es identificado por un nombre como gerente.

El Supervisor: Los líderes de grupo pueden realizar actividades importantes administrar sus propias actividades y materiales para lograr buenos resultados. (Moran, 2018)

- **Estructura del personal ejecutivo**

La estructura de la organización es para poner en práctica las tareas o actividades de la empresa o lograr una comunicación y coordinación suficiente entre los diversos componentes de la organización. (Economía, 2020)

- **Estructura de la organización**

Es bien conocido cómo se forma la estructura organizativa interna y administrativa de una empresa u organización. (Cevallos, 2017)

- **Organigrama**

La nueva estructura organizativa sigue la línea de mando de la dirección general y está relacionada con el departamento de gestión responsable del proceso de valor agregado: generación , subtransmisión, distribución, comercialización, proyectos especiales para la gestión de la oferta y la demanda de energía.

- **Mecanismos de dirección y control**

La organización es un sistema compuesto por personas, procesos y recursos, diseñado para lograr objetivos comunes lo que es más importante para mejorar la productividad, rentabilidad y competitividad. Para detectar posibles desviaciones del plan cuando la desviación exceda el rango permitido, se utilizará un sistema específico para la corrección. (Plata, 2017)

- **Los empleados**

- **Mecanismos de selección, contratación y desarrollo**

Habilidades de las personas en reclutar personal de trabajo es decir, selección e inducción de personal .(Linkimer, 2015)

- **Programas de capacitación**

Los nuevos empleados deben recibir capacitación cuando empiezan a trabajar para que sepan lo que están haciendo.

- **Alianzas estratégicas**

Son fórmulas de cooperación empresarial y dos o más empresas acuerdan desarrollar una estrategia competitiva. (Systems, 2020)

- **Análisis legal**

Una empresa es un conjunto de recursos organizados por empresarios para llevar a cabo la producción o el intercambio de bienes y servicios para satisfacer necesidades específicas del mercado. (Alarcón, 2018)

- **Determinar aspectos legales y de legislación urbana**

- **Tipo de empresa.**

Unipersonal: Es una unidad de producción perteneciente a una persona natural en la que el capital y el trabajo se utilizan juntos en cualquier proporción con el fin de obtener resultados económicos. (Alarcón, 2018)

- **Trámites y permisos**

- Documentos necesarios para la propiedad unipersonal
- La petición inicial patrocinada por un abogado escrita a los tribunales.
- Una copia de la identificación válida del titular o la persona autorizada real (certificada) según corresponda.
- Contratos de arrendamiento o facturas de impuestos inmobiliarios por facturas de agua, luz o teléfono.

- **Análisis Social**

- **Impacto en la sociedad**

Evaluar su desempeño social, mirar su contribución a la sociedad desde el exterior, mejorar la toma de decisiones estratégicas y expectativas de los

resultados con mayor credibilidad entre los grupos de interés (como clientes, proveedores, inversores o administraciones públicas). (Gómez H. A., 2017)

- **Análisis Económico**

Para realizar este análisis se estima los recursos financieros necesarios para implementar el análisis y por otro lado se podrá estimar el beneficio que se puede derivar del mismo.

Asimismo, determinar el impacto de la propuesta, calcular ratios financieros y obtener conclusiones que permiten tomar decisiones relevantes, las cuales son:

- ✓ Determinar la inversión en activos fijos
- ✓ Determinar la inversión de capital de trabajo
- ✓ Determinar el presupuesto de ingresos

- **Análisis de costos**

- **Costos fijos**

Incluso si no hay producción de productos y servicios que producen, en los casos más comunes encontramos alquiler de locales comerciales o costos de equipo.(Vitaller, 2017)

- **Costos Variables**

Los principales gastos de la empresa están relacionados con la compra de materias primas o bienes necesarios para la producción o venta.

- **Análisis Financiero**

La información generada por el plan de negocios deberá estar vinculada a toda la investigación para que se pueda predecir el tiempo planificado del proyecto. (Alvarado, 2018)

VAN ,TIR, Flujo de caja

CAPÍTULO II

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1. Métodos

El tipo de investigación se realizó a través de encuestas con los resultados obtenidos se diseñó estrategias para posicionar la marca de la flor de Jamaica deshidratada.

Se realizaron estudios de mercado a los consumidores a través de encuestas en línea con el fin de obtener información sobre la compra del producto de esta manera, se determinó la demanda y aceptación de la flor de jamaica por parte de los consumidores.

Luego, para entender los resultados se realizó un análisis de FODA y PEST, debido a la importancia de aplicar estrategias que permitan llevar el producto al mercado.

Por último, se utilizó elementos como el VAN, TIR y flujo de caja para realizar un análisis financiero de la situación actual de la empresa.

2.1.1. Tipo de Investigación.

El tipo de Investigación que se utilizó es exploratorio, que se realiza con el propósito de estudiar un tema o pregunta de investigación como las que se describen a continuación: (Fonseca, 2015)

- Investigar problemas no investigados.
- Preguntan desde una perspectiva innovadora.
- Ayudar a identificar conceptos prometedores.
- Prepárese para futuras investigaciones.

El propósito de este estudio exploratorio es obtener información preliminar sobre el estado actual de la comercialización de la flor de jamaica deshidratada.

2.1.2. Diseño de la investigación.

La investigación en este campo se lleva a cabo manipulando variables para describir las formas o razones que conducen a situaciones o eventos específicos. (Graterol, 2017)

En este tipo de estudio, se realizó una encuesta a los consumidores de la marca “Esjamaica” flor de jamaica deshidratada del cantón de Milagro.

2.2. Variables

2.2.1. Variable Independiente

Plan de negocio: Para el diseño de estrategias que permita posicionar la marca.

2.2.2. Variable dependiente

Comercialización de flor de Jamaica: Los productos se comercializarán en varios supermercados de Guayaquil. (Anexo 1)

2.3. Población y Muestra

Una muestra es un subconjunto limitado de la población a estudiar. El estudio solo consideró una pequeña parte del grupo. Para este estudio todos los elementos de la muestra deben representar a la población y permitir la generalización. (Pacheco, 2017)

2.4. Muestra poblacional

Esta es una técnica que se utiliza para seleccionar elementos (unidades analíticas o de investigación) que representen a la población de investigación que constituirán una muestra y se utilizará para inferir la población de investigación. (Espinoza, 2017)

Guayaquil tiene una población total de 2.350.915 millones de habitantes, según datos del censo 2010. La encuesta se realizó a personas de 35 a 64 años entre hombres y mujeres, siendo 1.097,648 la muestra, dando como resultado 384 personas.

Datos

Universo		2.350.915
Población	N	1.097.648
probabilístico	Z	1,96
Condición	P	0,5
Condición	Q	0,5
Error	E	0,05
muestra	N	384

PERFIL GRUPO OBJETIVO

Sexo	hombre y mujeres
Ciudad	Guayaquil
Edad	35 a 64 años

Formula de Población Finita

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 1097,648}{0.05^2 * (1097,648 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1054.18114}{3.70202}$$

$$n = 384$$

2.5. Técnicas de Recolección de Datos.

Para medir el consumo en el cantón Guayaquil se preparó un cuestionario de 10 preguntas para 384 personas.

La investigación utiliza encuestas como herramienta para obtener información relevante.

2.6. Estadística Descriptiva e Inferencial.

La investigación descriptiva tiene como objetivo conocer la situación, condiciones y eventos de personas, grupos y comunidades. (Fonseca, 2015)

A través de este estudio se describe la realidad sobre la comercialización de flor de jamaica deshidratada. Por lo tanto, obtener información sobre la factibilidad de la inversión.

2.7. Diseño Experimental.

Este trabajo de investigación nos permitió desarrollar actividades en el cantón Guayaquil para mejorar la comercialización de la flor de jamaica.

2.8. Cronograma de Actividades.

Se detalla el cronograma de actividades, que se realizó en Diagrama de Gantt en Excel (Ver Anexo 2).

RESULTADOS

Realizar un estudio de mercado sobre el consumo de flor de jamaica deshidratada

Análisis de mercado

Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas en línea a los consumidores para poder obtener información acerca de la compra del producto de esta manera se midió la demanda y el nivel de aceptación de flor de jamaica por parte de los consumidores.

La marca Esjamaica se está posicionando en el cantón Guayaquil debido que los consumidores deciden comprar el producto en el local comercial "cosecha", mi comisariato y supermercados Delportal incrementando las ventas del producto.

El estudio del comportamiento de la demanda analiza el incremento en la compra de flor deshidratada de jamaica. Este producto está dirigido a clientes de todas las clases sociales que pueden adquirir el producto en un plazo determinado de acuerdo con sus necesidades. Asimismo, se determina un precio y la cantidad del producto.

La estrategia de marketing que se propone necesita aplicar los siguientes puntos:

Análisis del sector

"Esjamaica" es una marca del cantón Milagro que se está posicionando en el cantón Guayaquil como uno de los cantones con mayor consumo flor de jamaica debido que conocen los beneficios de consumir este producto.

Frutos secos "La Cosecha" ubicado en el cantón Guayaquil. Tales como Alborada, Alban Borja, Los centros comerciales Poli centro, San Marino, Malecón, City Mall, Mall sur y Mall el Fortín, son puntos muy importantes para la distribución y posicionamiento de la marca. (Anexo 4)

Análisis del mercado propiamente dicho

En el año 2019 se realizó negociaciones con Corporación el Rosado "Mi Comisariato" para distribución por todo el país y Supermercados Delportal es una cadena importante del cantón Guayaquil que cuenta con varias tiendas en esa localidad.(Anexo 5)

– Productos / servicios

Tabla 1.

Descripción del producto Esjamaica

Descripción del empaque	color del empaque	Precio X mayor	Variedad de flor de Jamaica	Marca del producto
Empaque de Polipropileno Metalizado 50 Micras	Rojo biodegradado.	\$1,45	Rasgada	Esjamaica

Elaborado por: Autora, 2020

– Cliente

El mercado objetivo para Esjamaica se incrementará debido a los principales clientes del cantón Guayaquil. Cada uno de los clientes realizan órdenes de pedido cada semana.

- ✓ Frutos secos "La Cosecha"
- ✓ Corporación el Rosado "Mi Comisariato"
- ✓ Supermercados Delportal

– Competencia

Los competidores en el mercado aumentan día a día. En la fijación de precios se consideran el precio, calidad y las características técnicas de los productos de flor deshidratada de jamaica. Cada tienda ofrece productos con características similares que pueden reemplazar la flor de jamaica deshidratada.

– **Encuesta**

La investigación es anónima, los datos son estrictamente confidenciales.

Responda todas las preguntas con la mayor sinceridad. Sus comentarios serán de gran utilidad para el desarrollo de este trabajo y agradecemos su colaboración.(Anexo 3)

Marque con una (x) el paréntesis.

¿Cuál es su sexo?

Masculino () Femenino () Edad: _____ Ciudad: _____

1. ¿Si compra usted flor de jamaica deshidratada?

Tabla 2.

Consumo de flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	307	79%
NO	77	21%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

La encuesta se realizó a 384 personas del cantón Guayaquil, la muestra incluyó a hombres y mujeres entre las edades de 35 a 64 años. El 79% de los encuestados dijo que si compran flor de jamaica deshidratada debido que conocen a su valor nutricional y sus beneficios. El 21% restante afirmó que no compran el producto por que desconocen sus beneficios y sabor del producto.

2. ¿Por qué compra flor de jamaica deshidratada?

Tabla 3.

Motivos para el consumo de flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	314	81%
NO	70	19%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

Entre todos los encuestados, el 81% dijo que compran flores de jamaica deshidratadas por razones de salud, debido que obtuvieron resultados al consumirla, mientras que el 19% de los encuestados consumió el producto por motivo de precio y su rendimiento de 60 tazas de té, lo que demuestra que los consumidores prefieren el producto debido que aporta beneficios para la salud.

3. ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar estos productos?

Tabla 4.

Preferencia de lugares para adquirir la Flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	264	69%
En un local	54	14%
En el mercado	66	17%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

Con respecto a esta pregunta, el 69% de los encuestados compraría flor de jamaica deshidratada en el supermercado mi comisariato y Supermercado Delportal por el motivo que encuentran todo referente a la alimentación de esta manera compran en un solo lugar. De igual manera, el 14% de los encuestados adquieren en el mercado por gramos ,libras y kilos. El 17% restante manifestó que

prefieren comprar el producto en los locales comerciales” frutos secos la cosecha” porque encuentran jamaica en todos sus locales considerados como una estrategia para seguir buscando acuerdos con supermercados.

4. ¿Con qué frecuencia compra jamaica?

Tabla 5.

Frecuencia de consumo de la flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	143	37%
Una vez por semana	55	14%
Dos veces por semana	71	19%
Ocasional	115	30%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

El 37% de los encuestados consumen flor de jamaica deshidratada todos los días preparan té, bebida y gelatinas. El 14% las compran una vez a la semana debido que solo preparan gelatina, el 19% compran dos veces por semana, el motivo es que preparan té y el 30% compraba el producto ocasionalmente debido que no cuenta con suficiente dinero.

5. ¿Conoce los beneficios que tiene la flor de jamaica al momento de consumirla?

Tabla 6.

Beneficios del consumo de la flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	81%
NO	74	19%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

La pregunta 5 muestra que el 81% conoce los beneficios de consumir flor de jamaica deshidratada como desinflamante y diurética, mientras que el 19% de los encuestados dijeron que no conocen sus beneficios, pero la consumen.

6. ¿Qué bebidas estaría dispuesto a comprar?

Tabla 7.

Bebidas que estaría dispuesto en comprar

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jamaica	326	84%
Jugos artificiales	33	9%
Gaseosas	25	7%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

Esta pregunta es sobre la competencia de la flor de jamaica debido que se prepara una bebida natural sin colorantes y saborizantes, el 7% de los encuestados bebe refrescos o gaseosas por bajo costo, 9% de los encuestados prefiere usar jugos artificiales debido al bajo costo y el 84% de los encuestados está dispuesto a comprar jamaica.

7. ¿Cuál de las siguientes características considera que identifica a la flor jamaica en el mercado?

Tabla 8.

Características de la flor de jamaica deshidratada que consideran en el mercado.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Marca	120	31%
Empaque	35	9%
Color	58	15%
Peso	28	7%
Calidad	118	31%
Otros	25	7%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

Los resultados muestran que el 31% de los consumidores identifica a la flor de jamaica por su marca “Esjamaica”, el 9% está determinado por el empaque grande, el 15% el color rojo del empaque, el 7% con el peso del empaque 50 gramos, el 31% representa la calidad y sabor al preparar la bebida. El 7% son diferentes razones.

8. ¿Qué presentación compraría de flor de jamaica?

Tabla 9.

Presentación del empaque de la flor de jamaica deshidratada

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 gramos	283	74%
1 libra	65	17%
1 kilo	36	9%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

La pregunta 8 proporciona información sobre la presentación del empaque de flore de jamaica. El 74% de los encuestados está dispuesto a comprar el producto de 50 gramos debido que rinde 6 litros, el 17% prefiere adquirir el producto por 1 libra para preparar la bebida y acompañar con la comida en el restaurante y el 9% compran por 1 kilo para comercializar al granel y fusionan con otras hierbas deshidratadas para preparar té.

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el empaque de 50 gramos?

Tabla 10.

Valor que pagar por la presentación de 50 gramos de la flor de jamaica deshidratada.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$2.00	217	57%
\$2.50	120	31%
\$3.00	47	12%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

El resultado de esta pregunta muestra que el 57% de las personas están dispuestos a pagar \$ 2,00 debido al precio del producto, mientras que el 31% de las personas están dispuestos a pagar \$ 2,50 y el 12% está dispuesto a pagar \$ 3,00 por el producto que incluye la entrega a domicilio.

10 ¿Cuál es el grado de satisfacción con el producto?

Tabla 11.
Satisfacción con el producto

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	284	74%
Satisfecho	94	24%
Insatisfecho	2	1%
Muy Insatisfecho	4	1%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Autora, 2020

En esta pregunta, el 74% de los encuestados dijeron que están muy satisfechos con el producto debido a su calidad y sabor. El 24% solo estaban satisfechos con el producto.

En cambio, el 1% de los encuestados dijeron que estaban insatisfechos con el producto por el motivo que es crítica y otro 1% están muy insatisfechos con el producto porque es costoso adquirirlo.

Establecer las estrategias para la comercialización de flor de jamaica deshidratada.

Con la finalidad de obtener información que permita elaborar estrategias para posicionar el producto en el mercado, se realizó un análisis FODA para medir los rendimientos de los factores internos y externos del producto. Con el análisis PEST realizar una revisión en el entorno político, económico, social y tecnológico. Por lo tanto, se busca con el PEST tomar mejores decisiones para Esjamaica. Por otra parte, el plan de marketing indica la planificación de estrategias para el posicionamiento de Esjamaica.

ANÁLISIS DE FODA

Con el análisis FODA se encontraron aspectos positivos sobre la marca Esjamaica uno de ellos es que el consumo de flor de jamaica tiene beneficios medicinales. Otro aspecto es la fidelidad del cliente debido a la calidad y aroma, siendo la razón por la que retornan a comprar el producto.(Anexo 6)

Tabla 12.

Análisis FODA

FORTALEZA	DEBILIDADES
– Fidelidad de los clientes. – Beneficios medicinales – Producto innovador – Personal capacitado – Estructura organizacional – Precio del producto – Equipos y tecnología	– Desconociendo de la marca y del producto por parte del consumidor. – Falta de estrategias de marketing – Bajo consumo de flor de Jamaica
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
– Existe demanda del producto. – Financiamiento Bancario – Alianzas estratégicas Aumento de clientes potenciales. – Nuevas formas de posicionamiento de la marca – Enlace con nuevos socios estratégicos.	– Constante competencia directa con otros productos sustitutos. – Riesgo en la banca por incremento de interés. – Incremento del costo de mano de obra para cosechar la materia prima. – Cambio de estaciones climáticas. – Inestabilidad política, produce incertidumbre.

Elaborado por: Autora, 2020

ANÁLISIS PEST

Este análisis es una herramienta muy útil para estudiar los factores sobre el crecimiento del mercado, nos proporciona información para posicionar, potencializar y orientar el negocio. De esta forma, los 4 aspectos que se consideran en el desarrollo de las actividades de una empresa son: el entorno político, económico, social y tecnológico (Anexo 6)

Tabla 13.

Análisis PEST

POLITICO	ECONÓMICO
– Estabilidad en el Gobierno – Programas de Apoyo - Mypimes – Ley de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario – Reformas a Normativa técnica, sanitaria para control y funcionamiento	– Financiamiento Bancario – Inversión – Crecimiento Económico – Cambio de estaciones climáticas. – Enlace con nuevos socios estratégicos – Cumplimiento de Pagos
SOCIAL	TECNOLÓGICO
– Tendencias de estilo de vida – Opinión y actitud del consumidor – Cambios de leyes que afecten factores sociales – Matriz productiva	– Comercio electrónico – Dispositivos de control de inventarios – Marketing digital – Documentación electrónica – Maquinaria y equipos tecnológicos.

Elaborado por: Autora, 2020

Tabla 14.

Análisis PEST

Aspecto Político						
Factores	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Estabilidad en el Gobierno		X				
Programas de Apoyo - Mypimes	X					
Ley de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario.	X					
Normativa Técnica Sanitaria Para Control Y Funcionamiento.					X	

Elaborado por: Autora, 2020

En el aspecto político, hace referencia a la estabilidad del gobierno, un clima democrático que genere seguridad a nuevos inversionistas o microempresarios de un país. En Ecuador se estableció el programa de apoyo MIPYMES según acuerdo Ministerial 552 con el Registro Oficial 362, emitido el 13

enero del 2011 cuyo objetivo es contribuir a mejorar las condiciones de producción y competitividad de las pequeñas empresas. La red MIPYMES apoya a los artesanos para mejorar la oferta exportable a través del fomento productivo enfocado en la calidad y valor agregado. (Finder, 2011)

Según la Ley de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario la Normativa para hierbas aromáticas NTE INEN 2392 segunda revisión 2017-04 ciertas plantas como raíces, rizomas, bulbos, hojas, cortezas, flores, frutos y semillas que contienen aromas y sabores característicos se destinan para preparar bebidas por infusión o cocción, deben cumplir con los requisitos fisicoquímicos establecidos por la normativa INEN y un análisis que se debe realizar en un laboratorio Certificado por Arcsa. En el caso de Esjamaica ya obtuvo el certificado y los resultados del Laboratorio se reflejan en las tablas.

Con respecto a la Normativa Técnica Sanitaria para control y funcionamiento según acuerdo Ministerial No. 00004712 con el Registro Oficial 957 emitido el 7 marzo del 2017, indica que para adquirir el permiso de funcionamiento se debe obtener la categorización del Mipro como Primer paso, el permiso tiene 1 año de caducidad. Por consiguiente, el Certificado de Permiso de Funcionamiento es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria . (Arcsa, 2017)

Tabla 18.
Análisis Pest

Factores	Aspecto Económico					
	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Financiamiento Bancario						X
Inversión	X					
Crecimiento Económico	X					
Cambio de estaciones climáticas				X		
Enlace con nuevos socios estratégicos	X					
Cumplimiento de Pagos	X					
Elaborado por: Autora, 2020						

En el aspecto económico en Ecuador existen excepciones para pagar el impuesto anticipado según el Decreto Ejecutivo No. 1137 publicado en el S.R.O. 281 del 3 de septiembre de 2020 y la Resolución del SRI No. NAC-DGERCGC20-00000054 se debe considerar lo siguiente. Los Sujetos pasivos obligados a pagar el impuesto anticipado : son las personas naturales y sociedades, incluidas las sucursales de sociedades extranjeras residentes en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no residentes. Por lo tanto, Sujetos no obligados a pagar el impuesto anticipado como micro, pequeñas o medianas empresas, según los límites de ingresos previstos en el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Es decir, el propietario de la marca Esjamaica obtuvo financiación con la banca pública presentada en un proyecto y documentado con balances proyectados a corto plazo basado en un historial crediticio.

En efecto es un factor importante considerado en este análisis en el cual tiene un cambio de estaciones climáticas (invierno- verano), debido a las inundaciones la producción flor de jamaica en invierno es baja lo que afecta la producción, por lo que se debe plantar en verano, clima favorable para obtener mayor producción.

Además, debemos establecer conexiones con nuevos socios estratégicos para posicionar a Esjamaica en una nueva cadena de supermercados del país al tener presencia en este tipo de puntos de ventas o autoservicios se obtendría mayor facilidad y accesibilidad a la venta.

Tabla 19.
Análisis Pest

Factores	Aspecto Social					
	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Tendencias de estilo de vida	X					
Opinión y actitud del consumidor	X					
Cambios de leyes que afecten factores sociales						X
Matriz productiva	X					

Elaborado por: Autora, 2020

Con base al aspecto social, los consumidores están cambiando el estilo de vida, hacer ejercicio es una de las nuevas tendencias incluyendo cambios en su dieta diaria como una alimentación sana y nutritiva, lo que permite que Esjamaica sea una elección saludable para contribuir a un estilo de vida saludable.

Sin embargo, la matriz productiva fue implementada por el gobierno con el fin de mejorar la producción generando un valor agregado con la materia prima, es decir, que nuestro país importa productos elaborados con nuestra materia prima y lo comercializa en un precio superior del que costó producirla.

Por otro lado, Esjamaica genera fuentes de empleo para las personas de la localidad en la cosecha de la flor realizando la transformación a deshidratada de esta manera se generó un valor agregado y un beneficio es comercializarla a un precio justo de tal manera el consumo queda dentro de nuestro país.

Con relación , al aspecto tecnológico el Comercio electrónico mejora el nivel de ventas de Esjamaica y alcanza resultados positivos mediante el uso de

Tabla 20.
Análisis Pest

Factores	Aspecto Tecnológico					
	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Comercio electrónico	X					
Control de inventarios	X					
Marketing digital		X				
Documentación electrónica	X					
Maquinaria y equipos tecnológicos.	X					

Elaborado por: Autora, 2020

plataformas: Cer (Proveedores mi comisariato), Gust (plataforma de emprendimiento). Además, los documentos electrónicos se envían por medio de correo electrónico como son facturas electrónicas y documentos con información al cliente. Por ende, para el control de inventario se utiliza el programa Excel y tener el respectivo control de inventario.

Además, utilizan diversas estrategias de marketing digital como el SEO (Search Engine Optimization) para posicionar a Esjamaica en el buscador de Google sin pagar por la publicidad, obteniendo mayor visualización posible. También Inbound marketing ayuda a los clientes en el proceso de compra mediante contenidos publicitarios. La plataforma social media marketing es un nuevo canal de comunicación digital con mayor audiencia en Facebook e Instagram.

Por otro lado , Esjamaica utiliza facturas electrónicas a su principal cliente Corporación El Rosado (mi comisariato), documento autorizado por el SRI. También se generó compra de maquinarias (deshidratadores y, envasadoras), estos equipos son de nueva tecnología que permiten abaratar costos de producción y envasado como resultado presentar un producto final de excelente calidad, presentación y competitivo en el mercado.

Plan de marketing

La planificación de estrategias para el posicionamiento de Esjamaica en función de las necesidades y preferencias por parte de los consumidores y nuestra participación en el mercado, es importante por ser la única variedad de flor jamaica deshidratada.

– Estrategia de precios

La fijación de precios se refiere al costo de la producción del producto en el cual se implementó una estrategia de análisis que permite conocer cuáles son los costos de producción versus precios de venta comercial. Estar presentes en el mercado con bajo precio y atraer a un gran número de consumidores y así expandir la participación de Esjamaica superando a los posibles competidores.

Tabla 21.

Lista de precios para supermercados

PRODUCTO	COSTO	P.V.P	RENTABILIDAD
Flor de jamaica Deshidratada Funda 50 Gramos.	\$1.45	\$2.50	42%
Caja X48 U Funda 50 Gramos Flor de jamaica deshidratada.	\$69.60	\$120.00	42%

Elaborado por: Autora, 2020

– Estrategia de posicionamiento

Con respecto a, la estrategia de posicionamiento se encuentra basado en los beneficios organolépticos alimenticios que contienen las flores de Esjamaica. Además, uno de los factores principales del producto es su calidad ya que de esa manera se crea fidelidad en los consumidores y recomiendan a futuros consumidores.

Además, se realizó seguimiento y estudios de mercado para comparar con múltiples marcas, con elaborados similares a la flor de jamaica.

Pasos para ubicar el producto:

- Target de clientes.
- Costos versus beneficios.
- Ocasiones de consumo

– **Estrategias de ventas.**

Los clientes son atraídos a través de anuncios como volantes y vallas publicitarias para esto se contratará a la empresa de publicidad “**Creative studio**” para que asesore y determine la ubicación estratégica de esta manera lograr la atención de los posibles clientes potenciales de Esjamaica, lo que permitiría mantener un porcentaje de ventas promedio ideal para la empresa.

Las actividades por realizar

- Estructura del equipo de ventas.
- Rutero de visitas
- Frecuencia de visita a los clientes

– **Estrategia de promoción**

En efecto, se deben utilizar herramientas para atraer a los consumidores a que compren flor de jamaica deshidratada, la estrategia que se debe aplicar es la publicidad: anuncios de televisión, redes sociales, radio, folletos, carteles, volantes, directorios publicitarios, material audiovisual, medios digitales y métodos persuasivos diseñados para adquirir a los clientes potenciales.

Plan estratégico de la empresa

- Participación en ferias.
- Degustación en todos los supermercados.
- Creación de redes sociales.
- Campañas publicitarias.
- Video institucional de la marca.
- Vallas publicitarias
- Volantes POP

- **Análisis del Producto**

Se debe analizar el mercado donde se proporcionará el producto y obtener la aprobación del consumidor. Estas razones nos ayudarán a comprender lo siguiente:

- **Público objetivo a quienes nos queremos dirigir**

El público objetivo para la empresa son personas mayores de 35 años y de diferente estatus social que consuman jamaica. (ver tabla 2)

- **Conocer las necesidades actuales del mercado versus público objetivo**

Los consumidores están dispuestos a beber té o jugo de jamaica para mantener un estado de salud adecuado.

- **Conocer el grado de satisfacción del público objetivo y los posibles consumidores**

La satisfacción de los consumidores es alta debido a la facilidad de compra aplicando la estrategia de posicionamiento pueden adquirir en la mayoría de las perchas de supermercados y así disfrutar de todos los beneficios que tiene la flor de jamaica deshidratada.

- **Competencia de mercado**

Actualmente no existe competencia con respecto a flor de jamaica deshidratada en perchas de supermercado, pero si existe otros tipos de hierbas aromáticas.

- **Cuánto estarían dispuesto a pagar por el producto**

El cliente está dispuesto a cancelar hasta la cantidad de USD 3,00 por la presentación de Jamaica deshidratada 50 gramos. (ver tabla 10)

- **Calidad del producto**

Es fundamental garantizar la satisfacción de los clientes, es una forma de crear fidelidad hacia la marca y que siga creciendo el nivel de consumidores.

Elaborar un análisis financiero sobre la comercialización de flor de jamaica deshidratada.

Con respecto al análisis financiero permite evaluar la situación actual de Esjamaica se debe planificar, hacer proyecciones futuras en base a datos

confiables para tomar buenas decisiones y controlar la empresa. Además, se utilizó elementos claves: VAN, TIR y flujo de caja.

Análisis Financiero

El análisis financiero permite comprender el comportamiento de Esjamaica a través de la rentabilidad, liquidez, deuda, financiamiento y la inversión. Además, se esfuerza por medir resultados para tomar decisiones correctas.

Valor Actual Neto (VAN)

Con respecto, al VAN es un indicador financiero que se utiliza para medir el flujo de ingresos y gastos futuros del proyecto. En este caso, se determinó el inicio de la inversión y proyección de 5 años.

Tabla 22.

Valor Actual Neto (Van)

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN QUE TOMAR
VAN > 0	La inversión producirá ganancias.	El proyecto se aprueba.
VAN < 0	La inversión producirá pérdidas.	El proyecto se rechaza.
VAN = 0	La inversión no producirá ni ganancias ni pérdidas.	Dado que el proyecto no aumentará el valor monetario, la decisión debe basarse a ganar una mejor posición en el mercado.

Elaborado por: Autora, 2020

Tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR)

Es decir, la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés generada por el proyecto se utiliza para medir la rentabilidad de Esjamaica y nos ayuda a tomar decisiones con base al actual neto. Si es correcto será confirmado a través de la tasa interna de retorno.

Cálculo de VAN y TIR

$$VAN = \sum_{T=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = 10$$

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 23.

Activos Fijos USD

Rubro	Valor Total	% Depreciación	Depreciación Anual	Valor En Libros
Equipos	\$ 3.950,00	0,00%	\$ -	\$ 3.950,00
Infraestructura	\$ 44.000,00	33,33%	\$ 14.665,20	\$ 29.334,80
Total Inversión	\$ 47.950,00	33,33%	\$ 14.665,20	\$ 33.284,80

Equipos	Cantidad	Precio/ Unidades	Valor Total	% Depreciación	Depreciación Anual	Valor En Libros
Deshidratadora	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	33,33%	\$ 999,90	\$ 2.000,10
Envasadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00	33,33%	\$ 233,31	\$ 466,69
Codificadora	1	\$ 250,00	\$ 250,00	33,33%	\$ 83,33	\$ 166,68
	\$ 3.950,00		\$ 2.633,47			
Infraestructura		Precio/ Unidades	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Valor en libros
Terreno	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	33,33%	\$ 6.666,00	\$ 13.334,00
Edificio	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	33,33%	\$ 6.666,00	\$ 13.334,00
Mobiliario Y Equipo	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	33,33%	\$ 1.333,20	\$ 2.666,80
	\$ 44.000,00		\$ 14.665,20		\$ 29.334,80	

Elaborado por: Autora, 2020

Con respecto a los Activos Fijos que se consideran en el presente proyecto de titulación, en la Tabla No. 23 se visualizan el rubro que se destinan a Equipos e Infraestructura, siendo estos \$3.950,00 y \$44.000,00 respectivamente generando un total de activos de \$47.950,00, con un valor en libros de \$33.284,00.

Tabla 24.

Mano de obra

ROL DE PAGOS									
CARGO	No. de personal	Sueldo mensual	Sueldo anual	IESS 9,45% mensual	IESS 9,45% anual	Fondos de Reserva mensual	Fondos de Reserva anual	Total a recibir mensual	Total a recibir anual
Gerente General	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 37,80	\$ 453,60	\$ 33,33	\$ 400,00	\$ 395,53	\$ 4.746,40
Ejecutiva Comercial	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 37,80	\$ 453,60	\$ 33,33	\$ 400,00	\$ 395,53	\$ 4.746,40
Agricultores	3	\$ 1.296,00	\$ 15.552,00					\$ 1.296,00	\$ 15.552,00
Contador (servicios Prestados)	1	\$ 50,00	\$ 600,00					\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	2	\$2.146,00	\$25.752,00	\$ 75,60	\$907,20	\$ 66,67	\$ 800,00	\$2.137,07	\$ 25.644,80

Elaborado por : Autora,2020

En relación a la Mano de Obra necesaria para la implementación y mantenimiento del proyecto se requiere la participación de un gerente general, un ejecutivo comercial, tres agricultores y un contador bajo servicios prestados.

En la Tabla No. 24, se visualiza el valor total a pagar en sueldos mensuales y asciende a \$2.146,00, mientras que el monto anual alcanza los \$25.752,00. Es importante mencionar que el rubro más alto corresponde a los agricultores los cuales en total reciben \$15.552,00 en el año.

Tabla 25.**Gastos Pre-Operación**

Gasto Pre-operación	#	\$	Total anual
Estudios e Investigación	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Gastos de Organización	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Gastos en Patentes Y Licencias	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Notificación Sanitaria	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Análisis del Producto (Laboratorio)	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Total	5	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00

Gastos de servicios básicos	Precio mensual	Total anual
Servicios básicos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Gastos de oficina	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Gasto de administración y ventas	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Total	\$ 700,00	\$ 8.400,00

Total Anual	\$9.920,00
--------------------	-------------------

Mano De Obra	Gastos administrativos
\$25.644,80	\$8.400,00

Elaborada por : Autora ,2020

En la Tabla No. 25 se detalla los gastos de Pre-Operación los cuales son estudios, patentes, licencias, entre otras y ascienden a \$1.520,00. Mientras que, los gastos de Servicios Básicos alcancen una cifra \$8.400,00 en el año. El total de los costos operativos alcanza los \$8.400,00.

En relación a los Costos de Producción estos se desglosan en su mayoría en los inventarios que se deben adquirir en calidad de materia prima los cuales superan los 20 mil dólares. A esto se suma los montos que se pagan a proveedores de cartón y los costos propios de la producción alcanzando una cifra total de \$23.000 en un año así como se visualiza en la Tabla 26.

Tabla 26.**Costo de Producción**

Rubro	Cant	P	Mensual
Inventario Materia Prima	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Inventarios Productos En Proceso	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Inventario Productos Terminados	1	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
Proveedores (Cartón Máster Y Empaques)	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Costos de Producción	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 23.000,00

	Anual
	\$
Total de costos de producción	23.000,00

Elaborada por: Autora,2020

Previo al cálculo de las proyecciones de ingresos en dólares, (ver Tabla 28) se identifica la Demanda Insatisfecha que respalde la existencia de un mercado que esté dispuesto a comprar el producto.

Tabla 28.**Demanda Insatisfecha del mercado (en TN)**

	AÑOS				
Cálculo Demanda Insatisfecha	2022	2023	2024	2025	2026
Demanda del Mercado (TN)	478,13	482,92	487,74	492,62	497,55
Producción de Esjamaica (TN) (-)	-3,00	-3,05	-3,09	-3,14	-3,18
Competencia / Té en sobres (TN) (-)	-0,07	-0,07	-0,07	-0,08	-0,08
Participación de Esjamaica en el mercado (%)	0,63%	0,63%	0,63%	0,64%	0,64%
Total (TN)	475,06	479,80	484,58	489,41	494,29

Elaborado por : Autora ,2020

Para el 2022 la demanda insatisfecha en el mercado en estudio es alrededor de 475,06 Tn de producto que nadie atiende de esta manera se presenta como una oportunidad para el actual proyecto. Dado que se proyecta la capacidad productiva y comercial para el primer año de 3,00 Tn.

De tal manera, se presentan los datos proyectados con relación a los ingresos anuales luego de la implementación del presente proyecto. Es importante mencionar que la proyección está calculada con una tasa de crecimiento de acuerdo a la Inflación del 1,5% anual (Ver Tabla 30).

Con respecto al cálculo de los ingresos, esta fue determinada por los ingresos proyectados en Tn que para el 1er. año es de 3.00 TN para luego llevarla al peso de cada empaque (50 grs. c/u) el mismo que tiene un precio en el mercado de \$1,45. Finalmente el total de empaques se multiplica por el valor de cada uno y da como resultado ingresos aproximados de \$87.000,00 para el primer año, así como se visualiza en la Tabla 29 que se presenta a continuación.

Tabla 29.

Oferta e Ingresos Proyectados por año (en dólares)

Oferta de Esjamaica	AÑOS				
	2022	2023	2024	2025	2026
Producción (TN)	3,00	3,05	3,09	3,14	3,18
Producción (Gramos)	3.000.000	3.045.000	3.090.675	3.137.035	3.184.091
Número de fundas de 50 Gramos	60.000	60.900	61.814	62.741	63.682
P.V.P empaques 50 Gr.	\$1,45	\$1,47	\$1,49	\$1,52	\$1,54
Ingresos (\$)	\$87.000,00	\$89.629,58	\$92.338,63	\$95.129,56	\$98.004,86

Elaborado por : Autora , 2020

Con respecto a la Inversión del Proyecto, estos se presentan desglosados en la Tabla 30, en Activos Fijos y en Capital de Trabajo registrando montos que ascienden a \$47.950,00 y \$32.920,00 respectivamente. Se genera un monto total a invertir de \$80.870,00 de los cuales \$7.000,00 proviene de capitales propios de los inversionistas.

Tabla 30.

Inversión del Proyecto

Gasto de inversión	
Activos Fijos	\$ 47.950,00
	\$ 47.950,00
Capital De Trabajo	
Costo De Producción	\$ 23.000,00
Gasto Servicio Básico	\$ 8.400,00
Gasto Pre-Operación	\$ 1.520,00
Gastos Administrativos	\$ -
Total	\$ 32.920,00
Activos Fijos	\$ 47.950,00
Capital De Trabajo	\$ 32.920,00
Total, Inversión	\$ 80.870,00
Inversión Capital (-)	\$ (7.000,00)
Financiamiento (+)	\$ 73.870,00

Elaborado por : Autora , 2020

El monto necesario a financiar a través de un préstamo a la banca pública asciende a \$73.870,00 el cual será amortizado para cinco años con una tasa del 9,7% anual. Es importante resaltar que el valor a pagar con respecto a los intereses asciende a \$22.818,00 a lo largo del período en análisis, mientras que el valor total que incluye capital mas intereses asciende a \$96.688,00, así como se visualiza en la Tabla 31 que se presenta a continuación.

Tabla 31.

Amortización

Préstamo		\$ 73.870,00		
Tasa De Interés De Crédito		9,70%	Ban Ecuador	
Amortización De Deuda				
	Principal	Pago de capital	Intereses	cuota/anualidad constante
0	\$ 73.870,00			
1	\$ 61.697,79	(\$ 12.172,21)	\$ (7.165,39)	(\$ 19.337,60)
2	\$ 48.344,88	(\$ 13.352,91)	\$ (5.984,69)	(\$ 19.337,60)
3	\$ 33.696,73	(\$ 14.648,15)	\$ (4.689,45)	(\$ 19.337,60)
4	\$ 17.627,71	(\$ 16.069,02)	\$ (3.268,58)	(\$ 19.337,60)
5	\$ -	(\$ 17.627,71)	\$ (1.709,89)	(\$ 19.337,60)
TOTAL		\$ (73.870,00)	\$ (22.818,00)	\$ (96.688,00)

Elaborado por: Autora ,2020

En la Tabla 32 se presenta el Flujo de Caja anual donde se detallan los ingresos y egresos correspondientes a la operación del negocio, además de los valores finales luego de separar los impuestos y finalmente la amortización.

Flujo de Caja

Por tanto, el flujo de caja es una herramienta que puede indicar proyecciones financieras a futuro para tomar decisiones oportunas sobre la entrada y salida de efectivo de Esjamaica. (ver tabla 32)

Al analizar los datos con una TMAR del 11,00%, se identifican los siguientes resultados:

- La TIR es del 25,00%, el cual indica la rentabilidad de la inversión del presente proyecto donde se la compara con la TMAR y si es mayor se acepta la inversión.
- Al analizar el VAN se registra una cifra de \$21.875,03 luego de cinco años de ejercicio productivo, el cual describe al proyecto como viable.
- Adicionalmente, el ROI es de \$0,000018 que por ser un indicador financiero que compara la utilidad obtenida en relación con la inversión realizada la cual es positiva y mayor a cero (0).

Análisis Administrativo

– Estructura del grupo empresarial

- ✓ **Liderazgo Formal:** Esjamaica cuenta con un representante legal que se encarga de vender productos en diferentes supermercados y firmar contratos.
- ✓ **El Supervisor:** Responsable de cumplir con todos los pedidos enviados a los diferentes puntos de venta en Guayaquil, es el principal mercado.

– Estructura del personal ejecutivo

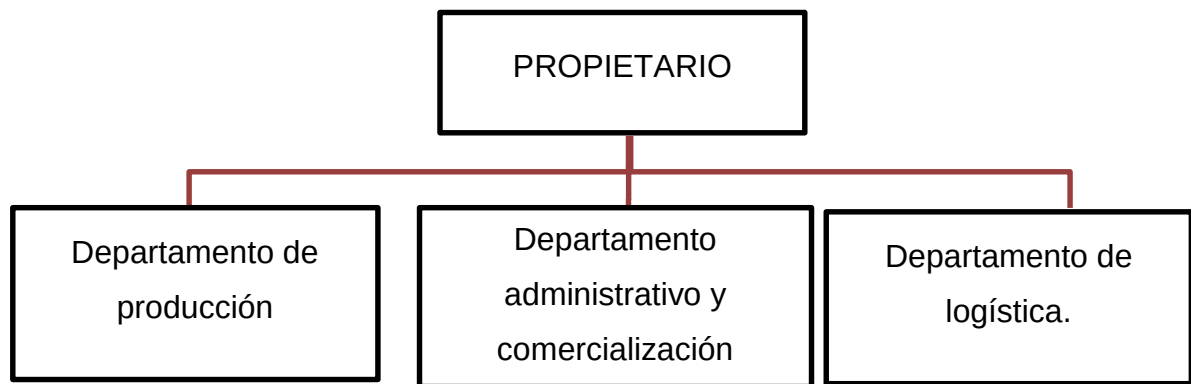
La estructura organizacional de Esjamaica cuenta con 3 departamentos son: Departamento de producción, administrativo - comercialización y logística.

Estructura de la organización

En cuanto a la estructura organizativa permite a los propietarios tomar decisiones con respecto al responsable de cada función, designando tareas y obligaciones a cada uno de sus colaboradores. Además, se forman las estructuras organizativas internas y externas. En cuanto a las organizaciones internas se encuentran los trabajadores encargados de la cosecha y en el externo contamos con las personas responsables de la comercialización del producto.

Figura 1.

Organigrama Esjamaica



Elaborado por: Autora, 2020

▪ **Mecanismos de dirección y control**

La dirección y control son elementos de la administración que ayudan a guiar, liderar a Esjamaica de manera correcta, los gerentes cuentan con herramientas necesarias para lograr los objetivos de la empresa de manera satisfactoria. También se utiliza diferentes sistemas de evaluaciones para medir el rendimiento y la productividad que desempeñan cada trabajador en diferentes funciones.

• **Los empleados.**

En el momento de la cosecha flor de jamaica contamos con un grupo de 16 trabajadores que ayudan a recolectar las flores para luego llevar al proceso de deshidratación y empacado.

- **Mecanismos de selección, contratación y desarrollo**

La selección de personal es importante porque debe comprender las actividades que se están realizando en el sitio y una vez finalizadas proceder con la contratación.

- **Programas de capacitación**

El programa de capacitación se refiere a las actividades de capacitación técnica que reciben los trabajadores por parte de expertos en el cultivo de jamaica para aprender su manejo y cuidado.

Análisis Legal y Social

- Documentación
- Registro único de MIPYMES
- Notificación sanitaria
- Código de barra

Determinar aspectos legales y de legislación urbana

- **Tipo de empresa.**

Esjamaica pertenece a la categoría MIPYMES, documento válido para efectuar trámites en diferentes instituciones del estado y de esta manera acceder a los beneficios que ofrece el Ministerio de Producción.

Trámites y permisos

1. Registro único de contribuyentes personas naturales

El representante legal cuenta con el Rise.

2. Registro único de MIPYMES

Esta entidad proporciona en categorías, las MIPYMES que se utilizan para producir bienes y servicios, generando una base de datos que se puede consultar en el sistema.

3. Permiso de funcionamiento

El "Permiso de Operación" es un documento otorgado por ARCSA a empresas que cumplen con los requisitos de gestión y monitoreo de saneamiento y cumplen con todos sus requisitos operativos.

4. Notificación sanitaria

El aviso de higiene o notificación sanitaria de alimentos procesados es un certificado que permite comercializar de acuerdo con la normativa vigente para garantizar el consumo humano.

Análisis Social

– Impacto en la sociedad

La influencia social causada es muy beneficiosa para todos los habitantes del sector de la vía a Barcelona en el cantón Milagro, que gracias a este cultivo promovió fuentes de trabajo durante los 12 meses de siembra y recolección de jamaica. De esta forma, se mejorará la situación económica de las familias así obtendrán fuentes de ingresos económicos estables gracias a este emprendimiento que demanda numerosa mano de obra en todos sus departamentos. Además, se tomará como prioridad contratar personal del sector.

Análisis Económico

Por otro lado, los recursos económicos son muy necesarios para la implantación de maquinaria, los ingresos se obtendrán en el tercer año y la inversión se recuperará en dos años. Por lo tanto, estos datos proporcionarán resultados positivos.

Inversión en activos fijos

- Máquina deshidratadora
- Máquina selladora
- Codificador
- Caja
- Empaques

Inversión en capital de trabajo

- Notificación sanitaria
- Análisis de producto
- Préstamo bancario

- Presupuesto de ingresos

Análisis de Costos

Costos fijos

Por lo que se refiere a los costos fijos siempre se deberá pagar independiente del nivel de producción de Esjamaica.

Costos Variables.

Acerca de los costos variables deberá pagar por producir jamaica deshidratada, mientras mayor sea el volumen de producción más costos variables se deberá cancelar.

DISCUSIÓN

El estudio analizó la relación entre los planes de negocios para la comercialización de flor de jamaica deshidratada en Guayaquil.

Sánchez y Valencia (2013), Coinciden que el plan de negocios es una herramienta para que los emprendedores o empresarios brinden orientación para que puedan evaluar los riesgos o la probabilidad de éxito. También puede estudiar el entorno de desarrollo empresarial, las ideas y los modelos de negocio seleccionados. Es importante establecer metas y estrategias para el éxito.

Según Santos y Navarro (2015), los analistas de mercado consumen productos con el fin de comprender mejor los productos a fin de satisfacer la demanda de los consumidores por productos o servicios. Es muy importante estudiar población, edad, ciudad, estilo familiar, ingresos, competencia, productos alternativos implementar cualquier estrategia de posicionamiento o iniciar lanzamiento de producto.

Navarro (2016), Mencionó que es importante aplicar estrategias de posicionamiento de productos en el mercado con el fin de analizar FODA para medir el retorno de los factores internos y externos del producto, de manera que podamos elegir áreas de mercado que compitan con otras marcas. Verificar el entorno político, económico, social, tecnológico del producto y las estrategias de marketing que buscan obtener información con el fin de tomar mejores decisiones para la empresa.

Según Hurtado (2010) el análisis financiero nos permite comprender el comportamiento de la empresa a través de rentabilidad, liquidez, deuda y el financiamiento e inversión. Además, se esfuerza por medir resultados internos para tomar decisiones correctas para el proyecto.

CONCLUSIONES

Con el desarrollo del presente trabajo de titulación para la comercialización de flor de jamaica deshidratada se concluyó lo siguiente:

La flor de jamaica es un cultivo que se puede utilizar de forma natural a diferencia de otros productos no tradicionales.

Actualmente, este cultivo es la principal fuente de ingresos para varias comunidades del cantón Milagro donde hombres y mujeres no solo aprendieron a cultivarlo, sino que también aprendieron el proceso de transformación a flor de jamaica deshidratada.

Por consiguiente, el estudio económico financiero realizado concluye que el negocio es rentable ya que se realizó ejercicios claves como plan de inversión y flujo de caja. Además, los valores del VAN y TIR confirman la viabilidad del proyecto.

Finalmente, el desarrollo de productos agrícolas como las flores de Jamaica diversifica los proyectos económicos, brinda oportunidades a las mujeres que se dedican a nuevas tareas productivas con beneficios personales y sociales.

RECOMENDACIONES

La empresa espera transmitir una imagen de calidad, compromiso, profesionalismo e innovación para fidelizar al cliente e inspirar su consumo ganando así la batalla a la competencia.

Mantener los precios consistentes con los precios de la competencia para que los productos puedan permanecer en el mercado actual permitirá a los consumidores elegir productos en función de los precios y atributos.

Ejecutar videos publicitarios sobre los beneficios de consumir flor de jamaica.

Realizar estrategias de promoción para los principales supermercados donde se comercializan los productos.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Alarcón, U. (2018, mayo 23). Universidad Austral de Chile. Retrieved from Universidad Austral de Chile: <file:///F:/titulacion/bpmr628e.pdf>
- Alcázar, P. (2016, abril 3). *3 RELACIÓN EMPRESA*. Retrieved from 3 RELACIÓN EMPRESA: https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Alvarado, A. (2018, mayo 25). *mglogal*. Retrieved from mglogal: <https://mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion/>
- Araúz, R. L. (2017, noviembre 20). *Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano*. Retrieved from Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano: <https://pdfs.semanticscholar.org/fa70/d6ce0fb26c521f5b41cd9424cb032ec41e80.pdf>
- Arcsa. (2017). *Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento*. Quito: Legales. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/A-4712-Reglamento-para-otorgar-Permisos-de-funcionamiento-de-Establecimientos.pdf>
- Arrezle, V. (2016, noviembre 2). *repository*. Retrieved from repository: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/3893/2/Guti%C3%A9rrezLe%C3%B3nViviana2016Anexo-1.pdf>
- Bóveda, J. E. (febrero de 2015). *Servicio de Desarrollo Empresarial*. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Bravo, B. (2015, Abril 7). *Universidad Nacional del Cuyo*. Retrieved from Universidad Nacional del Cuyo: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7104/30-bravo-tesisfce.pdf
- Castro. (2017, julio 8). *Calidad de Productos*. Retrieved from Calidad de Productos: <https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/>

- Caurin, J. (2017, 6 18). *Plan de negocios*. Retrieved from Plan de negocios:
<https://www.emprendepyme.net/author/juanmac>
- Cevallos. (2017, octubre 9). *Estructura*. Retrieved from Estructura:
<https://concepto.de/estructura-organizacional/>
- Chandler. (2016, octubre 28). *ventas*. Retrieved from ventas:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/macarty_e_b/capitulo2.pdf
- Economia, A. y. (2020, febrero 4). *Ade y economia*. Retrieved from Ade y economia: <https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-1-la-empresa-como-organizacion-los-sistemas-funcionales/4-concepto-y-elementos-de-la-estructura-organizativa-de-la-empresa/>
- Espinoza, E. (2017, noviembre). *Muestra Poblacional*. Retrieved from Muestra Poblacional:
<http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Ferreri, A. (2018, septiembre 30). *Avianca*. Retrieved from Avianca:
<https://www.cuidatudinero.com/13102826/como-determinar-el-tamano-del-mercado-para-un-plan-de-negocios>
- Ferrero, C. P. (2018, marzo 9). *Universidad Autonoma Agraria Antonio Narro*. Retrieved from Universidad Autonoma Agraria Antonio Narro:
<https://docplayer.es/178459279-Ingeniero-agronomo-en-irrigacion.html>
- Finder, L. (13 de Enero de 2011). *Ministra de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06NOR2011-REGLAMENTO02.pdf>
- Fonseca. (2015, 08 16). *Estadística descriptiva*. Retrieved from Estadística descriptiva:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/fonseca_g_a/capitulo3.pdf

García, I. (2017, septiembre 19). *Economiasimple.net*. Retrieved from Economiasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>

Gómez, H. A. (2017, 10 23). *Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil*. Retrieved from Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1750/1/T-ULVR-1566.pdf>

Gómez, I. (2016, julio 12). *Análisis Foda*. Retrieved from Análisis Foda: https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf

Goñi, S. S. (2010, Noviembre 28). *researchgate*. Retrieved from researchgate: https://www.researchgate.net/publication/262744398_Hibiscus_sabdariffa_L_Fuente_de_fibra_antioxidante

Graterol, R. (2017). *Universidad de Los Andes*. Obtenido de <https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>

Hurtado, C. A. (2010, marzo 20). *Academia*. Retrieved from Academia: https://www.academia.edu/39506825/An%C3%A1lisis_Financiero

Jaramillo, E. (15 de junio de 2015). *Academia*. Obtenido de Academia: https://www.academia.edu/38214807/Analisis_PESTEL

Labrador, B. (2016). *Revista de Formación Gerencial*, 51-78. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7206921>

Leon, I. M. (2015, junio 19). *Universidad Central del Ecuador*. Retrieved from Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4542/1/T-UCE-0004-8.pdf>

León, S. E. (9 de mayo de 2018). *Revista Espacio*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>

- Linkimer, P. A. (2015). *El proceso de reclutamiento y seleccion de personal*. julio: Red de empresas.
- Lopez, S. (2015, enero 15). *Escuela de negocios*. Retrieved from Escuela de negocios: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-ventas/analisis-de-producto/>
- Mathews, J. C. (2015, Junio 10). *Usaid*. Retrieved from Usaid: http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf
- Moran, C. (2018, mayo 5). *estructura empresarial*. Retrieved from estructura empresarial: <https://respuestas.tips/como-se-forma-la-estructura-de-un-grupo-empresarial/>
- Muñoz, M. P. (2016, marzo 16). *Departamento de Auditoría y Sistemas de Información*. Retrieved from Departamento de Auditoría y Sistemas de Información: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf
- Navarro, A. B. (2016, enero 29). *Direccion Y Administracion de marketing*. Retrieved from Direccion Y Administracion de marketing: www.camarafp.org
- Olivares, D. (2019, febrero 19). *muypymes*. Retrieved from muypymes: <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>
- Pacheco, L. G. (2017, octubre 18). *Población y muestra*. Retrieved from Población y muestra: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26594/1/595%20MKT.pdf>
- Pinto, T. Y. (2017). Modelo de negocios para comercialización de películas y recubrimientos comestibles. *Revista de Investigaciones*, 18. Retrieved from <http://www.udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/viewFile/131/157>

- Plata, C. A. (2017). Bogota: 18. Retrieved from <http://www.eumed.net/libros/img/portadas/1665.pdf>
- Salazar, B. (2019, septiembre 11). *Ingenieria industrial*. Retrieved from Ingenieria industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-calidad/gestion-y-control-de-la-calidad/>
- Sánchez, & Valencia. (septiembre de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/publicaciones/indata/v16_n1/pdf/a09v16n1.pdf
- Sánchez, X. E. (2015, Noviembre 20). *Univeridad Nacional de Chimborazo*. Retrieved from Univeridad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2070/1/UNACH-IPG-PYMES-2015-0004.pdf>
- Santos, & Navarro. (2015). Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7579/manuel-santos-ana.pdf
- Santos, A. (2015, enero 4). *Uncuyo*. Retrieved from Uncuyo: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7579/manuel-santos-ana.pdf
- Space, B. (2019, febrero 1). *Bahia Space*. Retrieved from Bahia Space: <https://www.bahiaspace.com/posts/2019/1/2/cmo-decidir-la-ubicacin-de-tu-oficina>
- Systems, H. M. (2020). *Alianzas estrategicas*. Ibarra: uned.
- Torres, V. (2016, noviembre 18). *Universidad técnica de Machala*. retrieved from Universidad técnica de Machala: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3588/1/ECUACE-2015-CA-CD00214.pdf>
- Uchuari, C. A. (2016, Febrero 15). *Universidad Tecnica de Machala*. Retrieved from Universidad Tecnica de Machala:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4865/1/TTUACE-2016-CI-CD00007.pdf>

Valencia, W. A. (10 de Octubre de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/publicaciones/indata/v16_n1/pdf/a09v16n1.pdf

Velasco, M. (2017, marzo 1). *Business School*. Retrieved from Business School: <https://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/cinco-tacticas-de-negociacion-empresarial>

Vitaller, A. (2017, mayo 5). *Uned University*. Retrieved from Uned University: <https://www2.uned.es/bolsa/MEMFI.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.

Operacionalización de las variables: Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLE		CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	TIPOS DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE MEDICION
INDEPENDIENTE	Plan de negocio	Un plan de negocios es un negocio que se inicia mediante la creación de un nuevo negocio. Hacer un plan de negocios de esta manera puede evaluar la posibilidad y el riesgo de éxito.	• Aplicar las estrategias para posicionamiento del producto Esjamaica en el mercado de Guayaquil. • Oferta y demanda del producto Es Jamaica.	Análisis del Mercado - FODA - PEST - Análisis: • Técnico • Operativo • Administrativo • Legal • Social • Económico • Financiero - Plan de marketing - Nivel de consumo - TIR, VAN, Flujo de Caja	Cuantitativo	Encuesta
	Comercialización de flor de Jamaica	Los productos se venderán en varios supermercados de Guayaquil.	Estrategias de Comercialización	Modelo Canvas	Cualitativo	Mapa conceptual del modelo

Elaborado por: Autora, 2020

Anexo 2.

Cronograma de Actividades

N° Actividades	Inicio	Final	25-ago	28-ago	6-sep	2-sep	24-oct	27-may	3-jun	10-jun	8-jul	30-sep	28-oct	30-nov	20-ene	22-ene	24-ene	29-ene	2-feb	18-ene	24 - feb
Curso de titulación	25/8/2019	6/9/2019																			
Aprobación de tema	2/9/2019	24/10/2019																			
Revisión de Introducción	27/5/2020	3/6/2020																			
Capítulo 1 Marco teórico & estado de arte	10/6/2020	8/7/2020																			
Capítulo 2 Metodología & Revisión	30/9/2020	28/10/2020																			
Capítulo 3	30/11/2020	20/1/2021																			
Discusión	22/1/2021	24/1/2021																			
Conclusiones y Recomendaciones	29/1/2021	2/2/2021																			
Culminación	18/1/2021	23/2/2021																			

Elaborado por :Autora , 2020

Anexo 3.
Encuesta Online



Fuente: Google,2020

Anexo 4.
Esjamaica en Supermercados Delportal



Elaborado por: Autora, 2020

Anexo 5.
comercialización Esjamaica en Guayaquil



Elaborado por: Autora, 2020

Anexo 6.
Entrega de Esjamaica al local frutos secos la Cosecha



Elaborado por: Autora, 2020

Anexo 7.

Análisis de Pest



Fuente: Torre Blanca,2018

Anexo 8.

Análisis de FODA



Fuente: Anzures,2019

APÉNDICES

Tabla 15.

Requisitos Fisicoquímicos Para Hierbas Aromáticas

Requisitos	Unidad	Máximo	Método de ensayo
Humedad	Fracción masiva (%)	12	NTE INEN – ISO 1573
	Expresada en porcentaje		
Cenizas insolubles en ácido clorhídrico	Fracción másica en base seca (%) expresa en porcentaje	3.5	ISO 1577

Fuente: INEN,2017

Elaborado por: Autora, 2020

Tabla 16.

Requisito Microbiológico para Hierbas Aromáticas

Requisitos	Unidad	Caso	N	C	m	M	Método de ensayo
Escherichia coli	UFC/g	6 ^a	5	1	1x10 ²	1x10 ²	NTE INEN-ISO 16649-2
Salmonella	UFC/25 g	10 ^b	5	0	Ausencia	Ausencia	NTE INEN-ISO 6579
Bacillus cereus	UFC/g	8 ^c	5	1	1x10 ³	1x10 ³	NTE INEN-ISO 7932
Clostridium perfringens	UFC/g	58 ^a	5	1	1x10 ⁴	1x10 ⁴	NTE INEN-ISO 7937

Fuente: INEN,2017

Elaborado por: Autora, 2020

Tabla 17.

Requisitos De Contaminantes Para Hierbas Aromáticas .

Contaminante	Unidad	Máximo	Método de ensayo
Plomo	mg/kg	10	AOAC 972.25
Cadmio	Mg/kg	0.3	AOAC 973.34

Fuente : INEN,2017
Elaborado por: Autora, 2020

Tabla 27.

calculo de la demanda insatisfecha

Encuestados	Sí consumen	# veces	Cantidad Consumo (kg)	kg
384	54% 207	Diario 11%	184	9,2
		Semanal 14%	65	29,5
		2 x Semana 18%	36	36,0
		Ocasional 30%		
		Desconoce 26%		
				24,90
				0,12 KG/mes

2.350.915	Hab. GYE
1.097.648	De 35 a 64 años
592.730	Sí Consumen (54%)
82.982	Semanal (14%)
9961	kg/semana
9,96	TN/semana
39,84	TN/Mes
478,13	TN/Año

Elaborado Por: Autora, 2020

Tabla 32.

Flujo de caja

TASA DE CRECIMIENTO DE ACUERDO A LA INFLACIÓN

1,5%																		
Proyectado 2022	2021		2022		2023		2024		2025		2026							
Valor Unitario	\$		1,45	\$		1,47	\$		1,49	\$		1,52	\$		1,54			
Número de paquetes (50 Gramos)			60000			60900			61814			62741			63682			
Ingresos	\$		87.000,00	\$		89.629,58	\$		92.338,63	\$		95.129,56	\$		98.004,86			
Costo de Producción	\$		(23.000,00)	\$		(23.345,00)	\$		(23.695,18)	\$		(24.050,60)	\$		(24.411,36)			
Mano de Obra	\$		(25.644,80)	\$		(26.029,47)	\$		(26.419,91)	\$		(26.816,21)	\$		(27.218,46)			
(-) Intereses	\$		(7.165,39)	\$		(5.984,69)	\$		(4.689,45)	\$		(3.268,58)	\$		(1.709,89)			
Gastos Servicios Básicos	\$		(8.400,00)	\$		(8.526,00)	\$		(8.653,89)	\$		(8.783,70)	\$		(8.915,45)			
Gastos PRE-Operación	\$		(1.520,00)	\$		(1.542,80)	\$		(1.565,94)	\$		(1.589,43)	\$		(1.613,27)			
Depreciación	\$		(14.665,20)	\$		(14.665,20)	\$		(14.665,20)	\$		(14.665,20)	\$		(14.665,20)			
Utilidad antes de reparto de utilidad e impuestos		\$	6.604,61		\$	9.536,42		\$	12.649,05		\$	15.955,84		\$	19.471,22			
Reparto de utilidad	\$		(660,46)	\$		(953,64)	\$		(1.264,91)	\$		(1.595,58)	\$		(1.947,12)			
Utilidad antes de impuestos		\$	5.944,15		\$	8.582,78		\$	11.384,15		\$	14.360,25		\$	17.524,10			
Impuestos	\$		(1.248,27)	\$		(1.802,38)	\$		(2.390,67)	\$		(3.015,65)	\$		(3.680,06)			
Utilidad Neta		\$	4.695,88		\$	6.780,39		\$	8.993,48		\$	11.344,60		\$	13.844,04			
(+) Depreciación	\$		14.665,20	\$		14.665,20	\$		14.665,20	\$		14.665,20	\$		14.665,20			
(-) Inversión total	\$		(80.870,00)															
(+) Prestamo bancario	\$		73.870,00															
(-) Amortizacion prestamo bancario	\$		(12.172,21)	\$		(13.352,91)	\$		(14.648,15)	\$		(16.069,02)	\$		(17.627,71)			
(-)(+) Capital de trabajo	\$		(32.920,00)	\$		(493,80)												
(+) Valor de Desecho													\$		31.968,27			
FLUJO DE CAJA	\$		(39.920,00)	\$		7.188,87	\$		7.598,88	\$		9.010,53	\$		26.009,80	\$		42.849,79
TMAR			11,00%															
TIR			25,00%															
VAN			\$21.875,03															
ROI			\$0,000018															

Elaborado Por: Autora, 2020

