



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**SEDE MORONA SANTIAGO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA ORGÁNICA EN LA  
PARROQUIA SEVILLA DON BOSCO, PERIODO 2023.**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTORAS:**

MIRYAM GISELA PESANTEZ ORTEGA

MISHELL GABRIELA NUGRA SANCHEZ

Riobamba – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**SEDE MORONA SANTIAGO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA ORGÁNICA EN LA  
PARROQUIA SEVILLA DON BOSCO, PERIODO 2023.**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTORAS:**

MIRYAM GISELA PESANTEZ ORTEGA

MISHELL GABRIELA NUGRA SANCHEZ

**DIRECTOR: ING. DIEGO IVAN CAJAMARCA CARRAZCO. MGS.**

Macas – Ecuador

2023

**© 2023, Miryam Gisela Pesantez Ortega & Mishell Gabriela Nugra Sanchez**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotros, Miryam Gisela Pesantez Ortega, y Mishell Gabriela Nugra Sanchez, declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular es de nuestra autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Macas, 12 de diciembre de 2023.

**Miryam Gisela Pesantez Ortega**  
**1400845861**

**Mishell Gabriela Nugra Sanchez**  
**1401225303**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**SEDE MORONA SANTIAGO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación. **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA ORGÁNICA EN LA PARROQUIA SEVILLA DON BOSCO, PERIODO 2023**, realizado por las señoritas: **MIRYAM GISELA PESANTEZ ORTEGA y MISHELL GABRIELA NUGRA SANCHEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Edison Ruperto Carillo Parra <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 _____	2023-12-12
Ing. Diego Ivan Cajamarca Carrazco Mgs. <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	 _____	2023-12-12
Ing. Danilo Fernando Fernández. Mgs <b>ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	 _____	2023-12-12

## **DEDICATORIA**

Dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas, son los mejores padres. A nuestros hermanos(as) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas. A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Miryam. Mishell

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mi hermano, Cesar Pesantez, y a mi madre, Rosa Ortega, porque siempre estuvieron apoyándome en todo momento y supieron darme un consuelo en los momentos más difíciles en mi etapa universitaria, sin ustedes este merito no se hubiese conseguido.

Miryam

Agradezco a mi madre Blanca Sanchez por el apoyo incondicional que me brindo en el momento que comencé la universidad y a mi hermano Adrián Pintado también por ese apoyo en los momentos difíciles

Mishell

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	15
CAPÍTULO I.....	16
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	16
1.1. Planteamiento del Problema .....	16
1.2. Limitaciones y delimitaciones .....	16
1.3. Problema General de Investigación.....	17
1.4. Problemas específicos de investigación .....	17
1.5. Objetivos .....	17
1.5.1 <i>Objetivo General</i> .....	17
1.5.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	17
1.6. Justificación .....	17
1.6.1. <i>Justificación Teórica</i> .....	17
1.6.2. <i>Justificación Metodológica</i> .....	18
1.6.3. <i>Justificación Práctica</i> .....	19
CAPÍTULO II .....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes de investigación .....	20

2.2.	Referencias Teóricas.....	21
2.2.1.	<i>La producción de vainilla</i> .....	21
2.2.2.	<i>Historia y Comercialización de la Vainilla</i> .....	24
2.2.3.	<i>Estructura de un proyecto de factibilidad</i> .....	26
2.2.4.	<i>Estudio de mercado</i> .....	26
2.2.5.	<i>El estudio técnico</i> .....	28
2.2.6.	<i>El estudio administrativo</i> .....	28
2.2.7.	<i>El estudio Económico-financiero</i> .....	29
	<b>CAPÍTULO III</b> .....	31
3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	31
3.1.	<b>Materiales</b> .....	31
3.2.	<b>Localización</b> .....	31
3.3.	<b>Ubicación geográfica</b> .....	31
3.4.	<b>Metodología</b> .....	32
3.4.1.	<i>Enfoque de investigación</i> .....	32
3.5.	<b>Nivel de Investigación</b> .....	32
3.6.	<b>Diseño de Investigación</b> .....	33
3.6.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente:</i> .....	33
3.6.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> .....	33
3.7.	<b>Tipo de estudio</b> .....	33
3.8.	<b>Población, planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	33
3.9.	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	34
	<b>CAPÍTULO IV</b> .....	36
4.	<b>MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	36
4.1.	<b>Resultados de la encuesta aplicada en Macas</b> .....	36

CAPÍTULO V.....	46
5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA VAINILLA ORGÁNICA .....	46
5.1. Estudio de mercado.....	46
5.1.1. <i>Universo</i> .....	46
5.1.2. <i>Mercado meta</i> .....	46
5.1.3. <i>Mercado Objetivo</i> .....	46
5.1.4. <i>Segmento</i> .....	46
5.1.5. <i>Oferta</i> .....	46
5.1.6. <i>Análisis de la demanda</i> .....	47
5.1.7. <i>Demanda insatisfecha</i> .....	48
5.1.8. <i>Mix de Marketing</i> .....	49
5.2. Estudio técnico.....	50
5.2.1. <i>Localizacion</i> .....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
5.2.2. <i>Tamaño</i> .....	51
5.2.3. <i>Diseño de planta</i> .....	52
5.2.4. <i>Requerimientos de equipos y maquinarias</i> .....	52
5.2.5. <i>Descripción de los procesos</i> .....	53
5.3. Estudio administrativo.....	57
5.3.1. <i>Nombre de la empresa</i> .....	57
5.3.2. <i>Clasificación de la empresa</i> .....	57
5.3.3. <i>Logo</i> .....	57
5.3.4. <i>Estructura - organigrama</i> .....	57
5.3.5. <i>Funciones</i> .....	58
5.4. Filosofía empresarial.....	61
5.4.1. <i>Misión de la empresa</i> .....	61
5.4.2. <i>Visión de la empresa</i> .....	61
5.4.3. <i>Valores</i> .....	61
5.4.4. <i>Políticas y estrategias</i> .....	62

5.5.	Estudio legal.....	62
5.5.1.	<i>Requerimientos legales</i> .....	62
5.5.2.	<i>Proceso de constitución</i> .....	62
5.5.3.	<i>Licencias, registros y permisos de funcionamiento</i> .....	62
5.5.4.	<i>Requerimientos complementarios</i> .....	63
5.5.5.	<i>Certificación orgánica Kiwa BCS</i> .....	63
5.5.6	<i>Certificación para la producción y comercialización organiza CERES</i> .....	64
5.6.	Estudio ambiental .....	65
CAPÍTULO VI	.....	67
6.	ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	67
6.1.	Estructuración económica del negocio .....	67
6.1.1.	<i>Plan de inversiones</i> .....	67
6.1.2.	<i>Créditos bancarios</i> .....	68
6.1.3.	<i>Presupuestos</i> .....	69
6.1.4.	<i>Presupuesto de gastos</i> .....	69
6.1.5.	<i>Estado de pérdidas y ganancias proyectado</i> .....	70
6.1.6.	<i>Flujo de caja de inversión</i> .....	72
6.1.7.	<i>Balance general</i> .....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
6.2.	Evaluación Financiera del negocio .....	72
6.2.1.	<i>Cálculo del VAN y la TIR del inversionista</i> .....	72
6.2.2.	<i>El tiempo de recuperación</i> .....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
6.2.3.	<i>Costo y beneficio</i> .....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
BIBLIOGRAFÍA	.....	
ANEXOS	.....	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3 - 1:</b> Ubicación de la provincial de Morona Santiago.....	31
<b>Tabla 4 - 2:</b> ¿Conoce usted la vainilla en vaina?.....	36
<b>Tabla 4 - 3:</b> ¿Ha adquirido alguna vez vainilla en vainas?.....	36
<b>Tabla 4 - 4:</b> ¿Con qué frecuencia le gustaría comprar la vainilla en vainas?.....	37
<b>Tabla 4 - 5:</b> ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de vainilla a través de la web?.....	38
<b>Tabla 4 - 6:</b> ¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir el producto?.....	39
<b>Tabla 4 - 7:</b> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 2 a 3 vainas de vainilla orgánica?.....	40
<b>Tabla 4 - 8:</b> ¿A través de que medio considera que podría informarse de la promoción de la vainilla en vainas?.....	40
<b>Tabla 4 - 9:</b> ¿Qué considera usted al momento de adquirir el producto?.....	41
<b>Tabla 4 - 10:</b> ¿Le gustaría recibir un catálogo de los productos que ofrece “Villa Vainilla” .....	42
<b>Tabla 4 - 11:</b> ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de productos de “Villa Vainilla” a través de la web? .....	43
<b>Tabla 4 - 12:</b> ¿Qué tan complicado le resulta a usted el uso de la vainilla en vainas en preparaciones económicas?.....	44
<b>Tabla 4 - 13:</b> ¿Consideras que la cantidad del producto está considerable al precio de venta?.....	44
<b>Tabla 5 - 14:</b> Análisis de la oferta a nivel nacional .....	46
<b>Tabla 5 - 15:</b> Oferta.....	47
<b>Tabla 5 - 16:</b> Análisis de la población.....	47
<b>Tabla 5 - 17:</b> Análisis de la población.....	48
<b>Tabla 5 - 18:</b> Demanda insatisfecha.....	49
<b>Tabla 5 - 19:</b> Matriz de localización.....	50
<b>Tabla 5 - 20:</b> Ponderación de localización.....	51
<b>Tabla 5 - 21:</b> Tamaño.....	51
<b>Tabla 5 - 22:</b> Requerimientos maquinarias y equipos.....	52
<b>Tabla 5 - 23:</b> Requerimientos de muebles de oficina.....	53
<b>Tabla 5 - 24:</b> Requerimientos equipos de computación y de oficina.....	53
<b>Tabla 5 - 25:</b> Perfil de cargo gerente general.....	59
<b>Tabla 5 - 26:</b> Perfil de cargo asistente.....	60
<b>Tabla 5 - 27:</b> Contador.....	60
<b>Tabla 5 - 28:</b> Operarios.....	61

<b>Tabla 5 - 29:</b>	<b>2Jefe de comercialización y ventas.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 5 – 30:</b>	<b>Matriz de efecto ambiental.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 6 - 31:</b>	<b>Activos Fijos.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 6 - 32:</b>	<b>Activos diferidos.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 6 - 13:</b>	<b>Depreciación.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 6 - 34:</b>	<b>Detalle publicidad inicial.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 6 - 35:</b>	<b>Activos diferidos.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 6 - 36:</b>	<b>Activos diferidos.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 6 - 37:</b>	<b>Financiamiento.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 6 - 38:</b>	<b>Costo de producción.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 6 - 39:</b>	<b>Costo de producción y cantidad.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 6 - 40:</b>	<b>Insumos de producción para la venta.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 6 - 41:</b>	<b>Sueldos operativos.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 6 - 42:</b>	<b>Resumen de costos de producción.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 6 - 43:</b>	<b>Resumen de gastos operativos.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6 - 44:</b>	<b>Sueldos administrativos.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6 - 45:</b>	<b>Resumen de gastos administrativos.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6 - 46:</b>	<b>Gastos de ventas.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6 - 47:</b>	<b>Resumen de gastos de ventas.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 6 - 48:</b>	<b>Ingresos proyectados.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 6 - 49:</b>	<b>Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 6 - 50:</b>	<b>Flujo de caja de inversión.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 6 - 51:</b>	<b>Balance general.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 6 - 52:</b>	<b>Cálculo de la TMAR.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 6 - 53:</b>	<b>Cálculo del VAN y la TIR del inversionista.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 6 - 54:</b>	<b>Tiempo de recuperación.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 6 - 55:</b>	<b>Tiempo de recuperación.....</b>	<b>77</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 3 - 1:</b> Ubicación geográfica .....	31
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 4 - 1:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	36
<b>Figura 4 - 2:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	37
<b>Figura 4 - 3:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	38
<b>Figura 4 - 4:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	38
<b>Figura 4 - 5:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	39
<b>Figura 4 - 6:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	40
<b>Figura 4 - 7:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	41
<b>Figura 4 - 8:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	42
<b>Figura 4 - 9:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	42
<b>Figura 4 - 10:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	43
<b>Figura 4 - 11:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	44
<b>Figura 4 - 12:</b> El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.....	45
<b>Figura 5 - 13:</b> Diseño de planta.....	52
<b>Figura 5 - 14:</b> Proceso General.....	54
<b>Figura 5 - 25:</b> Proceso de acopio.....	55
<b>Figura 5 - 36:</b> Proceso de escalado y fermentación.....	56
<b>Figura 5 - 47:</b> Proceso de secado y curado.....	57
<b>Figura 5 - 58:</b> Logo.....	58
<b>Figura 5 - 19:</b> Organigrama.....	59
<b>Figura 5 - 20:</b> Proceso para la creación de una empresa.....	63
<b>Figura 5 - 21:</b> Colores para la calidad de vainilla.....	65

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA

**ANEXO B:** REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS

**ANEXO C:** DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

**ANEXO D:** TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO

**ANEXO E:** INFORME DE LABORATORIO

## RESUMEN

La creciente demanda global de alimentos saludables ha generado un impulso significativo en la producción y comercialización de vainilla orgánica, especialmente en la parroquia Sevilla Don Bosco, ubicada en la provincia de Morona Santiago. Con el objetivo general de desarrollar un análisis integral para la producción y comercialización de vainilla orgánica en esta región, se llevó a cabo un estudio de factibilidad. Los objetivos específicos abordaron distintos aspectos clave, incluyendo la elaboración de una fundamentación teórica, análisis de mercado, evaluación económica, técnica y legal, así como la implementación de un programa de análisis genérico de mercado. La investigación se fundamentó en un marco teórico que abarcó temas relacionados con la vainilla y su producción, así como la estructura de un proyecto de factibilidad, entre otros. La metodología empleada adoptó un enfoque mixto, combinando revisión literaria y encuestas cuantitativas dirigidas a una muestra representativa de la población local. La estimación de la demanda anual se estableció en 18,000 compras, cubriendo el 70% de la demanda total existente en la región. El estudio técnico analizó la capacidad de producción, la planta y los requerimientos técnicos, además de presentar una propuesta de marketing que consideró las 4 P del mercadeo. El estudio administrativo abordó la estructura empresarial, misión, visión, funciones y aspectos legales correspondientes. El análisis económico y financiero reveló que, de una inversión total requerida de 48,474.28, un 33% sería financiado por los socios y un 67% mediante un crédito bancario. Finalmente, se determinó una rentabilidad del 22.86% para los dueños, con un punto de equilibrio de 10,147.52. En conclusión, el proyecto se consideró factible para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.

**Palabras clave:** <VAINILLA ORGÁNICA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <PRODUCCIÓN> <COMERCIALIZACIÓN>, < SEVILLA DON BOSCO (PARROQUIA)>, <INVERSIÓN>, <RENTABILIDAD>.

19-01-2024

0146-DBRA-UPT-2024

## **ABSTRACT**

The growing global demand for healthy food has generated a significant boost in the production and marketing of organic vanilla, especially in the parish of Sevilla Don Bosco, located in the province of Morona Santiago. With the general objective of developing a comprehensive analysis of the production and marketing of organic vanilla in this region, a feasibility study was carried out. The specific objectives addressed different vital aspects, including elaborating a theoretical foundation, market analysis, economic, technical, and legal evaluation, as well as implementing a generic market analysis program. The research was based on a theoretical framework covering issues related to vanilla and its production and the structure of a feasibility project, among others. The methodology adopted a mixed approach, combining literature reviews and quantitative surveys addressed to a representative local population sample. The estimated annual demand was set at 18,000 purchases, covering 70% of the total demand in the region. The technical study analyzed production capacity, plant, and technical requirements and presented a marketing proposal considering the 4 Ps of marketing. The management study addressed the business structure, mission, vision, functions, and legal aspects. The economic and financial analysis revealed that, of a total required investment of 48,474.28, the partners would finance 33% and 67% by a bank loan. Finally, a profitability of 22.86% was determined for the owners, with a break-even point of 10,147.52. In conclusion, the project was considered feasible for producing and marketing organic vanilla in the parish of Sevilla Don Bosco.

**Keywords:** <ORGANIC VANILLA>, <FACTIBILITY STUDY>, <PRODUCTION>  
<COMMERCIALISATION>, <SEVILLA DON BOSCO (PARISH)>, <INVESTMENT>,  
<PROFITABILITY>.

19-01-2024

0146-DBRA-UPT-2024

***Lic. Lina Morales R. Mgs.***  
Docente Sede Morona Santiago  
Cédula: 1707548929

## **INTRODUCCIÓN**

La producción y comercialización de productos orgánicos ha ganado prominencia debido a una creciente demanda global de alimentos saludables y libres de agroquímicos. En este panorama, la vainilla orgánica emerge como un producto rentable y valorado en el mercado internacional (Straits Research, 2021). En la parroquia Sevilla Don Bosco, Macas, Ecuador, reconocida por su agricultura de sustento, se ha detectado un potencial para la producción agroecológica debido a sus condiciones climáticas y de suelo (Sensu, 2019). Aunque la vainilla es altamente valorada mundialmente, especialmente en su versión ecológica (Peña-Barrientos, et al., 2023), los productores locales aún no han adoptado su cultivo. Se identifica la falta de estudios de factibilidad como un obstáculo. Por ello, se propuso un estudio exploratorio y descriptivo para determinar la viabilidad económica, técnica y social del cultivo de vainilla orgánica en esta región. Mediante técnicas cuantitativas y cualitativas, se recopiló y analizó información, realizando entrevistas y encuestas a productores y consumidores. El estudio consta de cuatro capítulos, desde una revisión bibliográfica hasta conclusiones y recomendaciones. Este trabajo tiene el potencial de impulsar la diversificación agrícola en Sevilla Don Bosco, generando empleo y riqueza, y fortaleciendo el sector de productos orgánicos en Ecuador. Es una investigación valiosa para la ESPOCH, socios y la sociedad, promoviendo proyectos sostenibles que benefician comunidades y la economía nacional.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

La producción y comercialización de vainilla orgánica en la Parroquia Sevilla Don Bosco en Macas, Ecuador, representa una gran oportunidad para los productores locales. En primer lugar, existe una demanda insatisfecha de vainilla orgánica en la zona, lo que significa que hay un mercado potencial para el producto. Además, la producción de vainilla orgánica puede generar empleo y mejorar la economía local, al mismo tiempo que contribuye a la conservación del medio ambiente y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles.

El problema se delimita en la producción y comercialización de vainilla orgánica en la Parroquia Sevilla Don Bosco en Macas, Ecuador. La investigación se enfocará en determinar si es factible producir y comercializar vainilla orgánica en la zona, identificando los recursos necesarios para la producción y los requisitos para la comercialización del producto. Además, se explorará el mercado local para determinar la demanda actual de vainilla orgánica y las oportunidades para los productores locales (GAD PARROQUIAL SEVILLA DON BOSCO, 2021).

La producción y comercialización de vainilla orgánica en la Parroquia Sevilla Don Bosco en Macas, Ecuador, representa una oportunidad para los productores locales, pero también implica enfrentar desafíos y limitaciones. Actualmente la producción en el sector se limita solamente a la empresa en estudio que tiene una producción de 1,7 toneladas al año del producto.

La investigación del estudio de factibilidad permitirá determinar si es viable y rentable la producción de vainilla orgánica en la zona, y si se cumplen los requisitos necesarios para la comercialización del producto en el mercado local y nacional. (Quintana & Aguilar, 2020)

#### 1.2. Limitaciones y delimitaciones

Las principales limitaciones del estudio de factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco son las siguientes:

**Información:** Existe poca información del sector, acerca de la producción de vainilla y de la comercialización, demanda, entre otras variables, lo cual implica un proceso más complejo de recopilación de información como la obtención de información primaria en el campo mismo.

**Tempo y recursos:** El tiempo y los recursos disponibles son limitados, por lo que el análisis implicará hacer uso de una muestra para la recopilación de información.

Las delimitaciones de la investigación son las siguientes:

**Área geográfica:** la investigación se limita a la parroquia Sevilla Don Bosco, perteneciente a la Ciudad, provincia de Morona Santiago.

**Producto:** En la producción y comercialización de vainilla orgánica.

**Enfoque en la factibilidad:** La investigación se enfoca en determinar la viabilidad de producir y comercializar vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.

**Alcance:** La investigación tiene como alcance la propuesta del estudio de factibilidad, que posteriormente implementara el proyecto agro-productiva de vainilla orgánica.

### **1.3. Problema General de Investigación**

¿El estudio de factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco contribuya a que los productores puedan determinar la rentabilidad del cultivo?

### **1.4. Problemas específicos de investigación**

- ¿Existe suficiente demanda para justificar la producción y comercialización de vainilla orgánica en las zonas de comercialización?
- ¿Quiénes son los principales compradores y ofertantes de vainilla orgánica en la zona?
- ¿Existen otros productores de vainilla orgánica en la zona? ¿Cómo se compararía tu oferta con la de ellos?
- ¿Inexistencia de programas computacionales contables básicos para pequeños productores de vainilla orgánica en la zona?

### **1.5. Objetivos**

#### ***1.5.1 Objetivo General***

Desarrollar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco

#### ***1.5.2 Objetivos Específicos***

- Elaborar la fundamentación teórica para el análisis de factibilidad, que permita sustentar la información requerida para la producción de la vainilla.
- Analizar el mercado para identificar demanda, oferta, precios, demanda insatisfecha Y estrategias comerciales que respalden el análisis de factibilidad.
- Evaluar la factibilidad económica, técnica y legal de la instauración de una empresa de producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.
- Implementar un programa de análisis genérico de mercado para los productos tradicionales.

### **1.6. Justificación**

#### ***1.6.1. Justificación Teórica***

Desde el punto de vista teórico, la vainilla tiene alta importancia en la industria alimentaria y cosmética a nivel mundial. La vainilla es una especie altamente valorada debido a su sabor y aroma distintivos, y es utilizada en una amplia gama de productos, incluyendo helados, postres, bebidas y perfumes. Además, la vainilla es rica en antioxidantes y compuestos bioactivos que tienen efectos beneficiosos en la salud. Sin embargo, la producción de vainilla natural se enfrenta a diversos desafíos, como la falta de regulación y control en la industria, el uso de sustitutos sintéticos de menor calidad y la degradación ambiental asociada con los monocultivos de vainilla.

La producción de vainilla orgánica es una alternativa más sostenible y saludable que puede ayudar a abordar estos desafíos. (Munshi, 2020)

Además, el cultivo de vainilla orgánica puede ser una fuente importante de ingresos para las comunidades locales. La parroquia Sevilla Don Bosco tiene condiciones óptimas para el cultivo de vainilla, incluyendo un clima cálido y húmedo y suelos fértiles. La producción de vainilla orgánica puede proporcionar empleo y aumentar la actividad económica en la región (GAD PARROQUIAL SEVILLA DON BOSCO, 2021).

De esta manera, existe alta importancia de la vainilla en la industria alimentaria y cosmética, la necesidad de una producción más sostenible y saludable, y el potencial de la producción de vainilla orgánica para proporcionar empleo y aumentar la actividad económica en la parroquia Sevilla Don Bosco. (Rojas, Ramírez, Díaz, Pizano, & Rodríguez, 2021)

### ***1.6.2. Justificación Metodológica***

Desde el punto de vista metodológico es esencial garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos. Por ello se justifica la realización de un estudio de factibilidad que permita determinar si es viable establecer un proyecto de producción y comercialización de vainilla orgánica en la zona. Hay que considerar primeramente que la metodología utilizada debe estar basada en una investigación rigurosa y detallada que permita identificar los aspectos clave del proyecto. Para ello, se requiere realizar una evaluación de los factores internos y externos que pueden afectar el éxito del proyecto, así como un análisis de mercado que permita determinar la demanda potencial para la vainilla orgánica en la región (Rodríguez et al.,2023).

Como segundo aspecto se debe establecer una metodología adecuada para evaluar la viabilidad financiera del proyecto. Esto incluye la estimación de los costos y los ingresos esperados, así como la elaboración de un plan financiero a corto y largo plazo que permita evaluar la rentabilidad del proyecto (Hoyos, 2022). Finalmente se requiere establecer un plan de acción claro y detallado para implementar el proyecto de producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco. Esto incluye la definición de los objetivos y metas específicas del proyecto, así como la identificación de los recursos necesarios para su implementación, incluyendo la identificación de los proveedores, la capacitación del personal y la infraestructura necesaria.

De esta manera se justifica un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco para garantizar que los resultados obtenidos sean confiables y útiles para la toma de decisiones. La metodología por tanto estará basada en una investigación rigurosa y detallada que permita evaluar la viabilidad financiera del proyecto, la demanda potencial en el mercado, y establecer un plan de acción claro y detallado para su implementación. (Nel Quezada, 2021)

### ***1.6.3. Justificación Práctica***

Como justificación práctica, el estudio tiene un potencial económico debido a que la producción y comercialización de vainilla orgánica tiene un alto potencial por su creciente demanda en el mercado internacional y nacional. La implementación de este proyecto permitirá a los productores de la parroquia Sevilla Don Bosco acceder a un mercado rentable y diversificar sus fuentes de ingresos. (Ministerio de Inclusión Económica y Social del Ecuador, 2023)

Por otra parte, existen beneficios para la comunidad, pues la producción de vainilla orgánica fomentará el desarrollo sostenible de la comunidad al fomentar el cultivo y comercialización del producto generando empleo y oportunidades de negocio para los habitantes de la parroquia. Además, el fomento de la agricultura orgánica contribuirá a la promoción de la agricultura orgánica en la región y al fortalecimiento de su imagen como productor de alimentos saludables y sostenibles. (Quintana & Aguilar, 2020)

Por tanto, la implementación de este proyecto permitirá a la parroquia Sevilla Don Bosco aprovechar su potencial agrícola, promover prácticas agrícolas sostenibles y generar beneficios económicos, sociales y ambientales para la comunidad.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de investigación

Al realizar una introspección de investigaciones similar en la Espoch se tomó en consideración el estudio realizado en el 2013 sobre el plan de exportación de vaina de vainilla (materia prima) de la Empresa Kallari ciudad del Tena, provincia de Napo, hacia Berlín – Alemania realizado por Silvia. Para entender el contexto de estudio se procede a realizar un estudio de campo con un enfoque cuantitativo. Los resultados de la encuesta mostraron los requisitos de comercialización de los consumidores alemanes, que buscan productos con una presentación ecológica que conserven la textura y el aroma de las vainas. Los pequeños agricultores de la zona se beneficiaron inmediatamente del plan, que creó un mercado para sus excedentes de producción y aumentó la rentabilidad del producto al diversificar sus mercados. Como resultado de su uso generalizado como materia prima en grandes empresas para la creación de perfumes, bebidas, productos farmacéuticos, chocolates y otros productos, la vainilla se considera un producto deseable y muy solicitado a escala mundial. El estudio hace hincapié en la importancia de la comercialización y el establecimiento de rasgos que favorezcan el conocimiento del mercado (Rivadeneira, 2013).

Son pocas las investigaciones realizadas sobre esta temática y lugar de estudio, sin embargo, se procede a seleccionar temas que abarcan aspectos relacionados a la producción orgánica. En el 2019 se presentó el tema Estrategias de comercialización para el fortalecimiento de la distribución indirecta para la línea de productos de la empresa productos orgánicos Chimborazo SUMAK LIFE CÍA. LTDA., Ciudad de Riobamba. En el diagnóstico se constató que la empresa necesita métodos publicitarios para sus productos de alta calidad, pero desconocidos. El hecho de que estos artículos sean orgánicos y buenos para la salud hace que la gente los favorezca más. La conclusión es que la puesta en marcha de planes mejorará la distribución indirecta de los productos de la empresa, aumentará la promoción de sus productos para tener crecimiento en la base de clientes, y obtendrá posicionamiento para ampliar su mercado (Noboa, 2019).

En esta misma línea de investigación se toma en consideración el estudio de Cristhian Vívar (2015) quien plantea el estudio de factibilidad para la comercialización de productos orgánicos tradicionales (amaranto, oca, mashua, quinua, jícama, chochos, trigo) de la chacra andina de la provincia de Chimborazo dentro de la ciudad de Riobamba. Para recabar información sobre el entorno, se realizó un estudio no experimental. Los resultados indican que la mayoría de los productos estudiados se producen para el consumo interno, y los excedentes se venden en el mercado mayorista de Riobamba. Debido a la falta de conocimiento sobre su valor nutricional y beneficios, los productos orgánicos tradicionales de las granjas andinas no son ampliamente aceptados ni tienen una gran demanda. El consumo de productos ecológicos está aumentando y los consumidores están dispuestos a pagar más por ellos, lo que crea un mercado para estos productos.

## 2.2. Referencias Teóricas

### 2.2.1. *La producción de vainilla*

La vainilla (*Vanilla planifolia*) es una especia muy valorada en todo el mundo debido a su aroma y sabor distintivos. Es conocida como el "oro verde" por su alto precio en el mercado, siendo la segunda especie más cara después del azafrán. Los pueblos amazónicos de Ecuador han comenzado a cultivar la vainilla en los últimos años, a pesar de que hasta hace una década no le atribuían importancia. Este cambio en la percepción de la vainilla se debe a su alto valor comercial y a la creciente demanda por productos orgánicos y de origen sostenible en el mercado internacional. (RAISG, 2020, pág. 222)

El conocer acerca de la vainilla permitirá a la presente investigación entender por una parte del valor del producto, por otra tener el contexto claro de todo lo que es el producto, así como sus usos, características, proceso productivo, lo cual se continuará desarrollando en el presente apartado.

La investigación sobre la vainilla es esencial para comprender su valor, usos y proceso productivo. La vainillina, componente clave de la vainilla, es crucial en industrias como la farmacéutica, alimentaria y de fragancias. Puede obtenerse mediante síntesis química, biosíntesis vegetal o procesos biotecnológicos, destacando la biovainillina por ser considerada natural y sostenible. Derivada de procesos renovables y biodiversidad microbiana, cumple con las demandas modernas y regulaciones de seguridad alimentaria. Su producción no genera residuos tóxicos, favoreciendo la sostenibilidad industrial. Aunque los avances indican futuras aplicaciones altamente sostenibles, se requieren esfuerzos para reducir costos, mejorar la eficiencia y usar sustratos más económicos. Se destaca la importancia de sistemas ligeros para un procesamiento eficiente, como el uso de cultivos celulares inmovilizados y adsorbentes para la recuperación del producto final. (Martău, Călinoiu, & Vodnar, 2021)

La vainilla (*Vanilla planifolia* A.) es el saborizante natural más importante empleado actualmente en el sector industrial incluyendo además de las mencionadas en el párrafo anterior las industrias de bebidas, cosmética y tabacalera. El constituyente principal de la vainilla es la vainillina (4-hidroxi-3-metoxi benzaldehído) (Banerjee & Chattopadhyay, 2019). Las vainas de vainilla son oriundas de México y otros países de Centroamérica como Costa Rica y Honduras. Sin embargo, los granos de vainilla actualmente se cultivan mundialmente en países como Indonesia (2600 toneladas); Madagascar (producción, 1946 toneladas); China (1300 toneladas), Tonga (202 toneladas), Comoras (66 toneladas). (Martău, Călinoiu, & Vodnar, 2021)

Un análisis del contenido de la empresa comercializadora a nivel mundial de la vainilla Stavoren Trading Co. (2023), señala que la principal especie cosechada para la vainilla es *V. planifolia*. A pesar de que es nativa de México, actualmente, se cultiva considerablemente en los trópicos. Indonesia y Madagascar lideran la producción mundial. Adicionalmente se incluyen *V. pompona*

y *V. tahitiensis* (cultivadas en Niue y Tahití), aunque el contenido de vainillina de estas especies es algo menor que el de *V. planifolia*.

La vainilla se desarrolla como una especie enredadera, trepa por un árbol existente (conocido como tutor), u otro poste. Puede ser cultivada bosques (sobre árboles), plantaciones (sobre árboles o postes), o en un "shader", en órdenes crecientes de productividad. Su hábitat de desarrollo es conocido como su terroir y contiene o implica e incluye no únicamente las plantas adyacentes, sino también el clima, la geografía y la geología local. Solo, crecerá lo más alto posible en el soporte, con pocas flores. Anualmente, los cultivadores doblan las partes superiores de la planta hacia abajo para que la planta se mantenga a alturas accesibles para un ser humano de pie. Esto estimula significativamente la floración.

Stavoren Trading Co. (2023), juntamente con Pansarin (2022), concuerdan que los compuestos que le dan el sabor distintivo se encuentran en la fruta, que resulta de la polinización de la flor. Estas vainas de semillas miden cerca de un tercio de pulgada por seis pulgadas y son de color marrón rojizo a negro cuando están maduras. Dentro de las vainas hay un líquido aceitoso repleto de pequeñas semillas. Una flor produce un fruto. Las flores de *V. planifolia* son hermafroditas: llevan órganos masculinos (anteras) y femeninos (estigma). Pero, la autopolinización está bloqueada por una membrana que separa esos órganos. Las flores pueden polinizarse naturalmente por abejas del género *Melipona* (abeja de monte o abeja de montaña), por abejas del género *Eulaema* o por colibríes. La abeja *Melipona* facilitó a México una ventaja de 300 años en la producción de vainilla desde el momento en que los europeos la descubrieron.

La primera orquídea vainilla que floreció en Europa estuvo en la colección londinense del Honorable Charles Greville en 1806. Los esquejes de esa planta fueron a Holanda y París, desde donde los franceses trasplantaron por primera vez las vides a sus colonias de ultramar. Las vides crecieron, pero no maduraron fuera de México. Los cultivadores intentaron llevar esta abeja a otros lugares de cultivo, sin éxito. La única forma de producir frutas sin las abejas es la polinización artificial. Actualmente, inclusive en México, la polinización manual se usa ampliamente.

En 1836, el botánico Charles François Antoine Morren tomando café en Papantla (Veracruz, México) observó a abejas negras volando en torno a de las flores de vainilla junto a su mesa. Notó sus acciones de cerca mientras aterrizaban y se abrían paso debajo de una aleta dentro de la flor, transfiriendo polen en el proceso. En pocas horas, las flores se cerraron y varios días después, Morren observó que se formaban vainas de vainilla. Morren enseguida inició experimentos a través de la polinización manual. Más tarde, en 1841, un esclavo de 12 años llamado Edmond Albius en Reunión perfeccionó un método sencillo y eficiente de polinización artificial manualmente, que aún es usado. Empleando una astilla de bambú biselada, un agricultor levanta la membrana que separa la antera y el estigma, inmediatamente, usando el pulgar, transporta los polinios de la antera al estigma. La flor, auto polinizada, producirá un fruto. La flor de vainilla

dura alrededor de un día, a veces menos, por tanto, los productores tienen que inspeccionar sus plantaciones diariamente en busca de flores abiertas. (The Daily Gardener, 2020)

El fruto, dentro de una cápsula de semilla, al dejarse en la planta, madura abriéndose finalmente; mientras se seca, los elementos fenólicos cristalizan, concediendo a los frutos una apariencia de polvo de diamante, que es denominado por los franceses *givre* (escarcha, en español). Después, libera su olor característico a vainilla. La fruta tiene unas pequeñas semillas de color negro. Igualmente, las semillas de la vainilla como otras especies de orquídeas germinan únicamente en presencia de hongos micorrízicos. Por el contrario, los agricultores reproducen la planta por corte, eliminando porciones de la vid con seis o más nudos de hojas, una raíz opuesta a cada hoja. Se eliminan las dos hojas inferiores y se entierra esta área en tierra suelta en la base de un soporte. Las raíces superiores restantes se adhieren al soporte y, frecuentemente, crecen hacia el suelo. Este crecimiento es acelerado si se está en presencia de buenas condiciones. (Villela et al., 2021) Casi la totalidad de los granos de vainilla producidos y consumidos actualmente son producto de la polinización manual de las orquídeas de vainilla. Esto se debe a que se teme que la abeja que mantuvo viva esta especie de planta durante muchos años se haya extinguido. El laborioso proceso de cultivo de la vaina de vainilla está concretamente en el soporte de la vida humana, lo que convierte a la vaina de vainilla en la segunda especie más cara del mundo, solo detrás del azafrán. Una orquídea vainilla florece solo una vez, y cuando florece debe ser polinizada dentro de las 6 horas, o la probabilidad de una polinización exitosa disminuye. La floración regularmente ocurre en primavera, y sin polinización, la flor se marchita y cae, y no crece ninguna vaina de vainilla. Cada flor debe polinizarse manualmente en un lapso que no supere las 2 horas posteriores a la apertura.

En la naturaleza, hay pocos polinizadores naturales, y se asume que gran parte de la polinización la lleva a cabo la *Euglossa viridissima* de color verde brillante, algunas *Eulaema* spp. y otras especies de abejas euglossinae u orquídeas, *Euglossini*, aunque falta evidencia directa. Se sabe que las especies de vainilla estrechamente relacionadas son polinizadas por las abejas euglosinas. Se cree que la polinización sugerida anteriormente por abejas sin aguijón del género *Melipona* es improbable, ya que son demasiado pequeñas para ser efectivas y nunca se han observado transportando polen de *Vanilla* o polinizando otras orquídeas, aunque sí visitan las flores. Estos polinizadores no existen fuera del área de distribución de la orquídea, e incluso dentro de esa área, las orquídeas vainilla tienen solo un 1% de posibilidades de polinización exitosa. (Stavoren Trading Co., 2023)

En Ecuador, la vainilla se encuentra en estado silvestre en las orillas del río Napo en Tena, y también se cultiva en otras regiones del país como Santo Domingo de Tsáchilas y el cantón Paján en Manabí, donde se ha introducido la variedad Tahití. El cultivo de la vainilla en estas regiones ha demostrado ser una actividad rentable para los agricultores, ya que el precio por kilogramo de vainilla bien cocinada al sol y correctamente fermentada puede superar los USD 500. Además, en

los últimos años, los ingresos por la venta de vainilla en Ecuador han aumentado significativamente, llegando a los USD 40,1 millones en el último año, veinte veces más que cinco años antes. (EFE: VERDE , 2019)

La vainilla es una orquídea trepadora que necesita un testigo para crecer y sombra para desarrollarse adecuadamente. Por lo general, se asocia con árboles como el guayabo, el poro, la moringa y algunas eritrinas en la región amazónica de Ecuador. Además, también se puede cultivar en invernaderos bajo sombra artificial. Para obtener un kilogramo de vainilla, se necesitan al menos cuatro y medio de vainas verdes (Medina, 2022). En este sentido, el cultivo y producción de vainilla orgánica en la Parroquia Sevilla Don Bosco podría ser una actividad rentable para los agricultores locales, además de contribuir a la oferta de productos orgánicos y sostenibles en el mercado nacional e internacional.

### **2.2.2. Historia y Comercialización de la Vainilla**

Según los registros históricos, proporcionados por una de las empresas líderes de mercado mundial de la vainilla Stavoren Trading Co. (2023), el grupo indígena totonacas en la era del dominio azteca, que ocupaban la costa este de México, en lo que actualmente es el estado de Veracruz, fueron los pioneros del cultivo de la vainilla (*Vanilla planifolia*.) en el siglo XV. Los aztecas que posteriormente conquistaron las tierras altas centrales de México dominaron por la fuerza a las totonacas y desarrollaron un gusto por las vainas de vainilla. Llamaron a esta fruta tlixochitl, o "flor negra", por el aspecto de fruta madura, que al marchitarse se convierte negra poco después de ser recolectada.

Hasta mediados del siglo XIX, México fue el principal productor de vainilla. En 1819, los empresarios franceses enviaron frutos de vainilla a las islas de Reunión y Mauricio para producir en esas localidades a la vainilla. Posteriormente a que Edmond Albius descubriera la forma de polinizar las flores manualmente, las vainas prosperaron significativamente. Inmediatamente las orquídeas tropicales se enviaron desde Reunión a las Islas Comoras, Seychelles y Madagascar, con las especificaciones de su polinización. Para 1898, Madagascar, Reunión y las Islas Comoras llegaron a producir 200 toneladas métricas de vainas de vainilla, lo que representó para la época cerca del 80 % de la producción mundial. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Indonesia lidera la producción mundial de vainilla Bourbon y del 58% de la producción mundial total de vainilla.

Otra perspectiva histórica es la sostenida por Rubio-Godoy, (2022), esta especia fue encontrada por los conquistadores españoles de México en la costa de Veracruz y se le dio ese nombre porque el fruto se asemejaba a una pequeña vaina de espada, como las judías verdes o chauchas. La vainilla fue muy apreciada en Mesoamérica desde antes de la llegada de los conquistadores españoles, sobre todo en México, y se expandió al resto del mundo posteriormente. La región de Veracruz en México, específicamente, mantuvo el monopolio de la vainilla por aproximadamente dos siglos, del XVII al XVIII, siendo los totonacas los principales productores hasta mediados del

siglo XIX. Sin embargo, no fue hasta el siglo XVII cuando la vainilla empezó a comercializarse internacionalmente, tras ser regalada a la reina Isabel de Inglaterra por su boticario, Hugo Morgan. Este le pidió una muestra a Charles de L'Ecluse, comúnmente conocido como Calorus Clusius, después de que este describiera la vaina en 1605 y la bautizara como *Lobus oblongus aromaticus*, que se traduce como "cáscara aromática alargada".

A pesar de su importancia histórica y económica, la producción de vainilla ha experimentado ciclos de crisis debido a la superproducción en países como Madagascar e Indonesia, la falta de regulación internacional y la competencia de sustitutos sintéticos más baratos que el extracto natural de vainilla. En algunos casos, se ha descubierto que estos sustitutos pueden causar cáncer, lo que ha generado un aumento en la demanda del extracto natural de vainilla a nivel internacional. En México, la producción de vainilla ha disminuido hasta alcanzar el 20% de la producción total, y la comercialización se da de manera rústica en el mercado nacional, principalmente en zonas de producción.

La falta de atención y regulación por parte del Estado ha llevado a la destrucción de la especie y a una disminución significativa en su producción. No obstante, existen regiones con condiciones óptimas para el cultivo de la vainilla, como la localidad de Izquimpan en el municipio de Jopala, Puebla, donde la población ha disminuido sus ingresos debido a la caída del precio del café, principal producto de su economía. Es por eso por lo que se propone estructuración de proyectos que fomenten el cultivo de la vainilla como una alternativa para mejorar la precaria situación económica de la zona (Quintana & Aguilar, 2020).

Actualmente, se tiene la siguiente especificación de la vainilla en el mercado internacional:

- El nombre de la especie es: VAINILLA
- El nombre científico: *Vanilla planifolia*
- Descripción de la especie:

La vainilla es obtenida de una orquídea de tallos sarmentosos y trepadores, las flores son de color amarillento y aromático, sus vainas son carnosas y carecen de aroma hasta el momento en que se secan y curan. La vaina mide entre 15 y 23 cm. de largo; es delgada y contiene una pulpa oleosa y numerosas semillas de tamaño minúsculo, se recolectan cuando aún están verdes, pero al curarlas adquieren un color castaño oscuro y su superficie externa se hace rugosa. De cada vaina sólo se obtiene un 2 % de vainilla, el principio aromático que se utiliza para dar sabor a diversos alimentos. La extracción de las vainas se efectúa mediante un proceso en el que se emplean alcoholes. La planta de la vainilla se cultiva extensamente en las zonas de clima cálido y húmedo. (AGEXPORT & AGROCafta, 2023, pág. 1)

- AGENCIAS REGULADORAS: Wood and Drug Administration, FDA; Center for Food Safety and Applied Nutrition, CFSAN/FDA. Environmental Protection Agency, EPA/USDA; U.S. Department of Agriculture, USDA; U.S. Patent and Trademark Office, USPTO; U.S. Customs

and Border Protection, CBP; U.S. International Trade Commission, USITC; Tratado de Libre Comercio CA-USA-RD, CAFTARD” (AGEXPORT & AGROCafta, 2023, pág. 3).

La vainilla es una especia valiosa por su historia y por su fuente de economía local, pero ha enfrentado desafíos en su producción y comercialización debido a la falta de regulación y competencia de sustitutos sintéticos más baratos. La atención y apoyo del Estado en el contexto de regulación son esenciales para preservar la especie y promover su cultivo como una alternativa socioeconómica.

### **2.2.3. Estructura de un proyecto de factibilidad**

El análisis de factibilidad es una herramienta fundamental en la toma de decisiones empresariales, ya que permite evaluar la viabilidad de un proyecto antes de invertir recursos en su ejecución, este estudio permite determinar si el proyecto es factible o no, es decir, si es posible realizarlo, si es rentable y si es sostenible en el tiempo. (Quaranta, 2020)

Los fundamentos del análisis de factibilidad se basan en tres aspectos clave: técnico, administrativo y financiero. En cuanto al aspecto técnico, se evalúa la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de la tecnología necesaria para su realización, es decir, si existen los recursos técnicos y humanos necesarios para llevarlo a cabo. El aspecto administrativo evalúa la capacidad del equipo de gestión y de la organización en general para llevar a cabo el proyecto, se analiza si la estructura organizacional está bien diseñada y si el equipo de trabajo cuenta con las habilidades y conocimientos necesarios para cumplir con los objetivos del proyecto. (Sarmiento, et al., 2019)

Finalmente, el aspecto financiero evalúa la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo, a través de un análisis detallado de los costos y beneficios esperados, así como de los flujos de caja proyectados. (Delgado & Vérez, 2020).

Es importante tener en cuenta que el análisis de factibilidad no es un proceso estático, sino que debe ser revisado y actualizado constantemente a medida que cambian las condiciones del entorno empresarial. Por lo tanto, se trata de una herramienta dinámica que permite tomar decisiones informadas y ajustar el curso del proyecto en caso de ser necesario. (Quaranta, 2020)

### **2.2.4. Estudio de mercado**

“El estudio de mercado es un instrumento crucial en el análisis de viabilidad de un proyecto, dado que permite conocer y comprender los rasgos y comportamientos del mercado en el que se pretende introducir un proyecto”, de esta manera este estudio permitirá entender inicialmente si la idea de negocio es viable desde la perspectiva de mercado, para posterior a esto analizar las demás perspectivas. Mediante la investigación de la oferta, la demanda, la competencia y los precios de mercado, el objetivo primordial del estudio de mercado es determinar la viabilidad y rentabilidad de una idea empresarial (Stanton, et al, 2019).

### ***Demanda***

La cantidad de bienes o servicios que los consumidores estarían dispuestos a adquirir a un precio concreto y en un momento determinado debe determinarse en primer lugar mediante el análisis de la demanda. Para ello es necesario identificar las necesidades únicas de cada segmento de mercado. También es crucial analizar las tendencias y modificaciones en los patrones de gasto de los consumidores (Álvarez-Indacochea, Figueroa-Soledispa, & Peñafiel-Loor, 2020).

La demanda está influenciada por diversos factores que son:

**Precio del bien o servicio:** En general, si el precio de un bien o servicio aumenta, la cantidad demandada tiende a disminuir y viceversa.

**Ingreso del consumidor:** Si los consumidores tienen más ingresos disponibles, es probable que demanden más bienes y servicios.

**Precio de bienes relacionados:** Por ejemplo, si el precio de la gasolina aumenta, la demanda de coches eléctricos podría aumentar.

**Preferencias o gustos:** Cambios culturales, modas o campañas publicitarias pueden influir en la demanda de ciertos productos.

**Expectativas:** Si se espera que los precios suban en el futuro, los consumidores podrían aumentar su demanda en el presente (Álvarez-Indacochea, Figueroa-Soledispa, & Peñafiel-Loor, 2020).

### ***Oferta***

Por otro lado, el análisis de la oferta se enfoca en identificar a los proveedores y competidores del mercado, analizando sus fortalezas y debilidades, así como su capacidad para satisfacer la demanda del mercado. Asimismo, se analiza la calidad y el precio de los productos o servicios ofrecidos por los competidores. Además, es importante tener en cuenta los precios del mercado, tanto los precios actuales como los históricos, con el fin de determinar la tendencia de los precios, el margen de rentabilidad y el precio óptimo para el producto o servicio (Sarmiento, et al., 2019).

La oferta se puede entender también como la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos y pueden ofrecer al mercado en un rango de precios determinado. La oferta puede variar en función de varios factores, entre los cuales los más comunes son:

**Precio del bien o servicio:** En general, si el precio de un bien o servicio aumenta, la cantidad ofrecida también suele aumentar, y viceversa. Esto se debe a que precios más altos suelen ser más rentables para los productores.

**Costo de producción:** Si el costo de producción aumenta, los productores podrían estar menos dispuestos a ofrecer el mismo volumen de bienes o servicios al precio anterior. Si el costo disminuye, ocurre lo contrario.

**Tecnología:** La adopción de tecnologías más avanzadas puede permitir una producción más eficiente, aumentando la oferta.

**Expectativas:** Si los productores esperan que los precios suban en el futuro, podrían retener el stock y reducir la oferta actual (Sarmiento, et al., 2019).

### ***Demanda insatisfecha***

La demanda insatisfecha se refiere a la diferencia entre la cantidad demandada de un bien o servicio y la cantidad de ese bien o servicio que está disponible en el mercado. Es decir, cuando la demanda supera la oferta. Esta situación puede ser temporal o persistente y se puede dar por diversas razones, como interrupciones en la cadena de suministro, decisiones estratégicas de los proveedores o una súbita y elevada demanda de los consumidores.

Un análisis de demanda insatisfecha puede ser crucial para identificar oportunidades de mercado. Si una empresa detecta una demanda insatisfecha en un sector específico, podría considerar aumentar su producción o entrar en ese mercado para atender a esos consumidores que actualmente no están siendo satisfechos (Shnarch, 2019).

De esta manera, el estudio de mercado es fundamental para tomar decisiones acertadas en cuanto a la oferta de productos o servicios y la definición de estrategias de comercialización y ventas (Shnarch, 2019). Por tanto, es necesario realizar un análisis riguroso y detallado de las características y dinámicas del mercado en el que se desea incursionar, para garantizar el éxito del proyecto

#### ***2.2.5. El estudio técnico***

El estudio técnico es un componente importante dentro del análisis de factibilidad de un proyecto, ya que se enfoca en la identificación y evaluación de los recursos necesarios para llevar a cabo la producción del bien o servicio que se pretende comercializar. Este estudio se encarga de analizar los procesos productivos, la tecnología requerida, los proveedores, la ubicación del proyecto, el tamaño de la planta, entre otros aspectos técnicos relevantes (Quaranta, 2020) .

En el caso específico de la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco, el estudio técnico permitirá conocer el tamaño adecuado de la plantación de vainilla, el tipo de suelo requerido, las condiciones climáticas óptimas, el tipo de tecnología necesaria para el procesamiento de la vainilla, el personal necesario y su capacitación, entre otros factores importantes. (Álvarez-Indacochea, Figueroa-Soledispa, & Peñafiel-Loor, 2020)

Además, el estudio técnico permitirá identificar las posibles limitaciones técnicas que puedan afectar la producción y el procesamiento de la vainilla, como pueden ser la disponibilidad de agua, la calidad de los insumos o la tecnología disponible en la región. De esta manera, se podrán tomar decisiones informadas y diseñar un plan adecuado para garantizar una producción y procesamiento de vainilla eficiente y rentable (Sarmiento, et al., 2019).

En resumen, el estudio técnico es una herramienta fundamental para asegurar que el proyecto de producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco tenga una base sólida y se implemente de manera adecuada y eficiente.

#### ***2.2.6. El estudio administrativo***

El estudio administrativo es una parte importante del análisis de factibilidad, ya que permite determinar la capacidad de la organización para implementar y llevar a cabo el proyecto propuesto

(Forero & Molina , 2022). En esta sección, se analiza la estructura organizativa y el personal necesario para la empresa que producirá u comercializará vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.

El estudio administrativo debe incluir una descripción detallada de la estructura organizativa, las responsabilidades de cada miembro del equipo y los requisitos de personal necesarios para el proyecto. En este sentido, se deben establecer los objetivos y metas del proyecto, y se debe desarrollar una estrategia para lograrlos. Además, se deben identificar las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas que se presentan en el entorno empresarial (Álvarez-Indacochea, Figueroa-Soledispa, & Peñafiel-Loor, 2020).

Es importante tener en cuenta que el éxito del proyecto depende en gran medida de la capacidad del equipo de trabajo para llevar a cabo las tareas necesarias de manera eficiente y efectiva. Por lo tanto, es necesario contar con un equipo de trabajo bien capacitado y motivado que pueda llevar a cabo el proyecto de manera efectiva (Delgado & Vérez, 2020).

En el estudio administrativo también se deben incluir los planes de gestión y control de calidad, así como los planes de contingencia en caso de que se presenten situaciones imprevistas. Asimismo, se debe desarrollar un plan de gestión financiera que incluya presupuestos y previsiones de ingresos y gastos (Fred, 2022).

Como se ha analizado, el estudio administrativo es una parte fundamental del análisis de factibilidad, ya que permite determinar la capacidad de la organización para llevar a cabo el proyecto propuesto de manera efectiva y eficiente. Este estudio debe incluir una descripción detallada de la estructura organizativa, las responsabilidades de cada miembro del equipo y los requisitos de personal necesarios para el proyecto. Además, se deben establecer los objetivos y metas del proyecto, y se debe desarrollar una estrategia para lograrlos.

### ***2.2.7. El estudio Económico-financiero***

El estudio financiero es una parte fundamental de cualquier análisis de factibilidad, ya que se encarga de evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto en cuestión. En este sentido, es importante conocer y aplicar las herramientas y técnicas financieras adecuadas para realizar una evaluación rigurosa y objetiva (Delgado & Vérez, 2020).

Entre las herramientas y técnicas financieras más utilizadas en el estudio financiero, se encuentran:

- Valor Actual Neto (VAN): Esta herramienta permite conocer el valor presente de los flujos de caja que generará el proyecto a lo largo de su vida útil, descontados a una tasa de descuento determinada. Si el VAN es positivo, significa que el proyecto genera valor para los inversionistas, y, por lo tanto, es viable desde el punto de vista financiero.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): La TIR es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de caja del proyecto con la inversión inicial. Es decir, es la rentabilidad que se

obtendría si se invierte en el proyecto. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento utilizada significa que el proyecto es rentable.

- **Período de recuperación (PR):** Esta herramienta indica el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos de caja generados por el proyecto. Un PR corto indica que el proyecto es rentable y se recupera rápidamente.
- **Análisis de sensibilidad:** El análisis de sensibilidad permite evaluar la sensibilidad del proyecto ante diferentes escenarios económicos y financieros. Se realizan cambios en las variables más relevantes (como la tasa de descuento o los precios de venta) y se evalúa el impacto en el VAN, la TIR y el PR (Quaranta, 2020), (Álvarez-Indacochea, Figueroa-Soledispa, & Peñafiel-Loor, 2020).

Además de estas herramientas, es importante considerar otros aspectos financieros relevantes, como la estructura de financiamiento, el capital de trabajo, los costos de producción y los precios de venta. Todo esto permitirá realizar una evaluación completa y rigurosa de la viabilidad financiera del proyecto (Bataller, 2018).

Es importante tener en cuenta que el estudio financiero parte de los demás estudios previamente indicados y por ello la importancia de cada uno y de obtener la información necesaria para que sean el respaldo de este estudio final que determina si existe viabilidad financiera y por tanto conviene su implementación.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Materiales

- Laptop
- Resma de papel bond
- Tablero de registró
- Esferos
- Lápiz
- Vehículo
- Suministros de oficina

#### 3.2. Localización

El presente estudio se lo realizo en la empresa Villa Vainilla, de propiedad del Ing. Cristhian Jaramillo, ubicada en la parroquia rural Sevilla Don Bosco, perteneciente al cantón Morona de la provincia de Morona Santiago,

#### 3.3. Ubicación geográfica

Dentro de la provincia de Morona Santiago se encuentra ubicada la parroquia Sevilla Don Bosco.

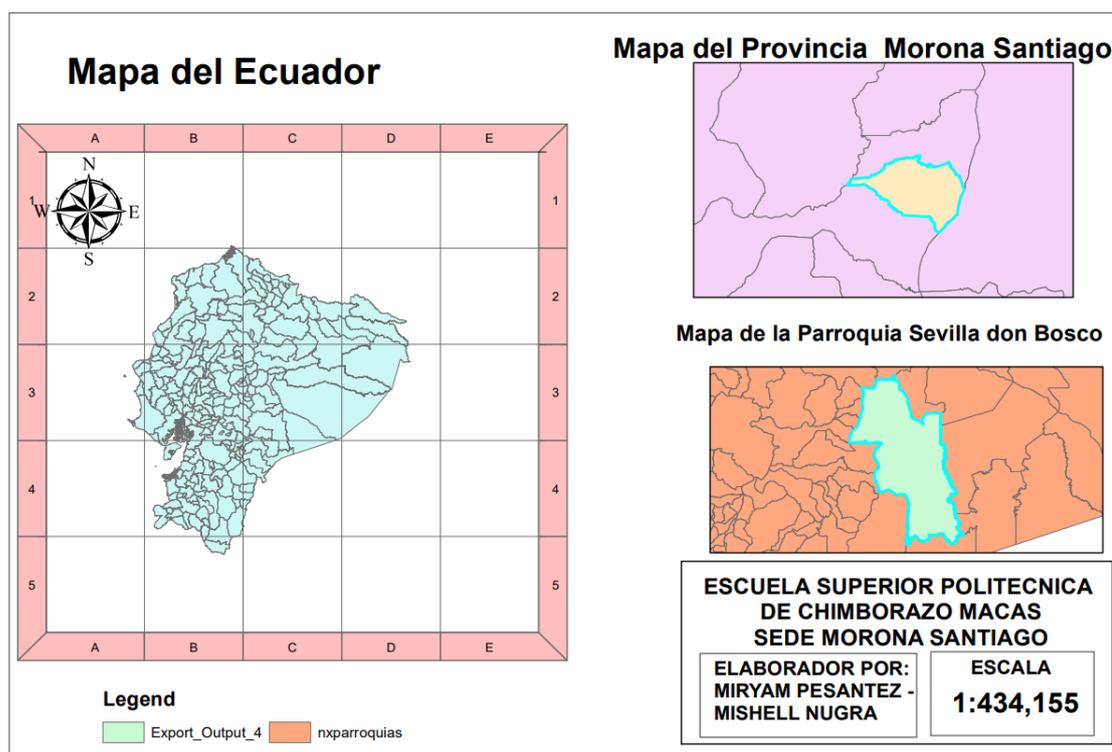


Ilustración 3 - 1: Ubicación geográfica

Fuente: Pesantez M, Nugra M, 2023.

Tabla 3 - 3-1: Ubicación de la provincial de Morona Santiago

A 2°40' latitud Sur y 78° 17' longitud Oeste.

Límites:

Norte: provincia de Pastaza
Noroccidente: provincia de Tungurahua;
Occidente: provincias de Chimborazo, Cañar y Azuay,
Este: provincias de Condorcanqui y Datem del Marañón,

Fuente: GAD Provincia de Morona Santiago, 2018

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

### **3.4. Metodología**

#### **3.4.1. Enfoque de investigación**

En el caso de estudio de factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco, se utilizó un enfoque mixto para recopilar información teórica y cuantitativa mediante la aplicación de encuestas. (Burbano, Valdivieso, & Burbano, 2022)

En primer lugar, se realizará una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre la producción y comercialización de vainilla orgánica en la zona y fundamentará información conceptual sobre las diferentes fases del estudio, lo cual servirá como punto de partida para la investigación y permitirá establecer un marco teórico sólido que oriente la pesquisa (Sánchez & Dauahare, 2023). Posteriormente, se llevarán a cabo encuestas a una muestra representativa de la población local, incluyendo consumidores. La encuesta se centrará en recopilar datos cuantitativos sobre la demanda y la oferta de vainilla orgánica en la zona, los precios y los canales de distribución existentes y otros aspectos relevantes para el estudio (Hoyos, 2022).

Finalmente, los resultados obtenidos se utilizarán para sustentar los estudios técnicos y financieros, lo que permitirá tomar decisiones informadas y fundamentadas sobre la viabilidad de la producción y comercialización de vainilla orgánica.

#### **3.5. Nivel de Investigación**

El nivel de investigación que se aplicó en este estudio es el descriptivo, ya que se pretende describir las características y factores que influyen en la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.

El método descriptivo es aquel que se enfoca en describir las características, propiedades y factores que influyen en un fenómeno determinado, sin establecer relaciones causales entre ellos. Este tipo de investigación se basa en la observación directa de los hechos y su medición, con el objetivo de obtener información precisa y objetiva sobre el fenómeno en estudio (Burbano, Valdivieso, & Burbano, 2022).

En el caso de la factibilidad para la producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco, el nivel de investigación descriptivo permitirá obtener información detallada sobre las características del mercado local, los factores que influyen en la producción y comercialización de vainilla orgánica, las oportunidades, amenazas y desafíos que presenta el mercado, entre otros aspectos relevantes. (Rodríguez M. L., 2022)

El estudio de mercado se enfocó en la descripción de las características del mercado local de vainilla, incluyendo los precios, la demanda, la oferta, los canales de distribución, entre otros factores relevantes. Por su parte, el estudio técnico permitió la descripción de los procesos de producción de vainilla orgánica, desde la siembra hasta la cosecha y el procesamiento, incluyendo los costos y las tecnologías disponibles para cada etapa. Finalmente, el estudio financiero se enfocará en la descripción de los aspectos financieros relacionados con la implementación de la empresa incluyendo la inversión necesaria, el retorno de inversión esperado, la rentabilidad, entre otros aspectos. (Hoyos, 2022)

### **3.6. Diseño de Investigación**

El diseño de la investigación se especificará según la manipulación o no de la variable independiente y según las intervenciones en el trabajo de campo como sigue:

#### ***3.6.1. Según la manipulación o no de la variable independiente:***

Corresponde a un diseño no paramétrico, el cual es aquel en el que no se manipula la variable independiente, sino que se medirán tal como se presentan en la realidad (Nel Quezada, 2021).

#### ***3.6.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo***

Se contempla la revisión de fuentes documentales, como estudios previos relacionados con la producción y comercialización de vainilla.

Se propone un diseño de investigación transversal. Este diseño implica la recolección de información en un solo momento del tiempo, en el que se realizará la recopilación de información del mercado sobre la demanda y oferta de vainilla orgánica en la zona, los precios actuales y la disposición para la comercialización por este producto (Nel Quezada, 2021).

De esta forma, se podrá obtener información relevante y actualizada que permita tomar decisiones acertadas, informadas respecto a la factibilidad del proyecto de producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco.

### **3.7. Tipo de estudio**

El tipo de estudio incluye un estudio documental y de campo.

Estudio documental: en este tipo de estudio se recopila información a partir de fuentes documentales, como libros especializados, tesis, artículos científicos, informes técnicos, entre otros (Rodríguez M. L., 2022). Util para el desarrollo de los fundamentos teórico y el respaldo para desarrollar es estado del arte en la investigación.

Estudio de campo: en este tipo de estudio se recolecto información a partir de la observación directa de la realidad en el lugar donde se está realizando la investigación, para lo cual se utilizó la encuesta y la entrevista como herramienta de gestión administrativa, para determinar la demanda y oferta del mercado focal del estudio de factibilidad. (Hoyos, 2022)

### **3.8. Población, selección y cálculo del tamaño de la muestra**

En cuanto a la población, se consideró a la ciudad con mayor número de habitantes del sector de producción, que corresponden a la ciudad de Macas siendo los potenciales consumidores de vainilla (Nel Quezada, 2021).

La población de la ciudad mencionada está conformada por 41.155 de este total, se consideró a la población económicamente activa que corresponde a 17841 personas (INEC , 2010).

La selección y cálculo del tamaño de la muestra se realizará utilizando técnicas de muestreo aleatorio simple y se determinará en función de la población total. (Ramos, Águila, & Bazalar, 2020)

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

Donde:

El valor de N representa el total de la población PEA: 17841

Valor de Z representa el nivel de confianza medido mediante el valor z obtenido de tabla a 95% de confianza.

Valor de P es la proporción de aceptación que se utiliza 0,5 para el caso (Rodríguez M. L., 2022).

Valor de “e” corresponde al error permisible el cual se ha seleccionado en 5%.

$$n = \frac{17841(1,96)^2 0,5(1-0,5)}{(17841-1)0,05^2 + 1,96^2(0,05)(1-0,05)}$$

$$n = 376$$

### 3.9. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas utilizadas fueron en un inicio la revisión bibliográfica, misma que se enfocó en la producción y comercialización de vainilla orgánica, adicional se realizó el estudio la factibilidad financiero y económico. Se analizaron libros, artículos científicos, informes técnicos, estadísticas y otros documentos relevantes que proporcionen información sobre el temario central de la investigación.

Adicionalmente se aplicó la encuesta a consumidores potenciales del sector, para recopilar información sobre la demanda y oferta de vainilla orgánica en la zona, los precios actuales y la disposición a pagar por este tipo de producto (vainas de vainilla). Las encuestas se aplicaron utilizando técnicas de muestreo aleatorio simple y estratificado para obtener una muestra representativa de la población de interés. (Díaz de Rada, Domínguez, & Pasadas del Amo, 2019)

Los instrumentos de investigación que se utilizó para la aplicación de la encuesta incluirán el cuestionario estructurado, que permitirán recopilar información cuantitativa sobre los hábitos de consumo y preferencias de los consumidores, así como la aceptación de compra, precios de adquisición y su preferencia del cliente (Nel Quezada, 2021).

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La esencia de vainilla es un producto de alto consumo, por lo que, con las nuevas preferencias de consumismo orgánico de la población, se presenta una propuesta que esta orienta a fortalecer el consumo de la vainilla en vainas agroecológicas.

El segmento de estudio es la población económicamente activa del cantón de Macas, que adquiere este producto orgánico.

#### 4.1. Resultados de la encuesta aplicada en Macas

##### Pregunta 1: ¿Conoce usted la vainilla en vainas?

Tabla 4 - 2: ¿Conoce usted la vainilla en vaina?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	167	44,4%
No	209	55,6%
Total	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

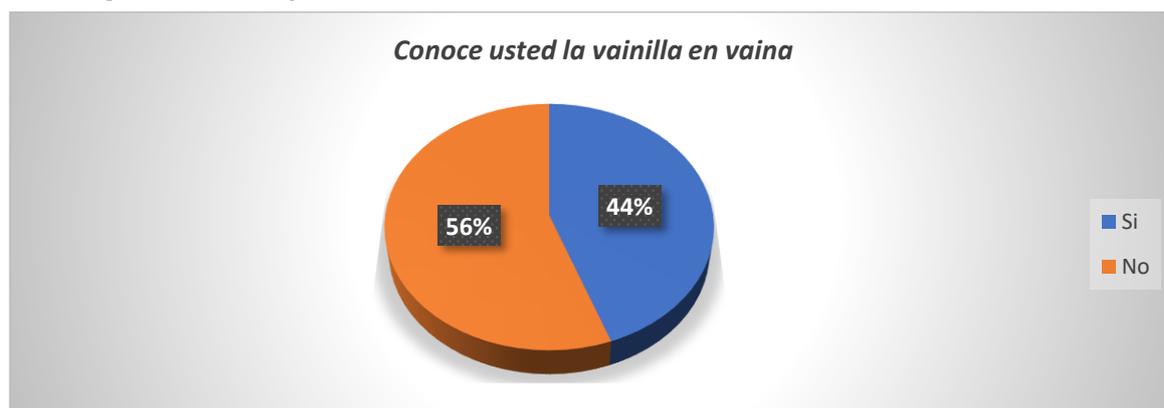


Figura 4 - 13: El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

#### Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la figura 4 -1, se evidencia que el 55.6% desconoce de la vainilla en vainas y el 44.4%, conoce de las vainas de vainilla orgánica. Como se puede observar un alto porcentaje de la población desconoce del producto en estudio, siendo indispensable que se orienten acciones de información a la comunidad acerca de las propiedades gustativas y nutricionales del producto.

##### Pregunta 2: ¿Ha adquirido alguna vez vainilla en vainas?

Tabla 4 – 3: ¿Ha adquirido alguna vez vainilla en vainas?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	25,8%
No	279	74,2%

<b>Total</b>	376	100,0%
--------------	-----	--------

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 14:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

### **Análisis e interpretación**

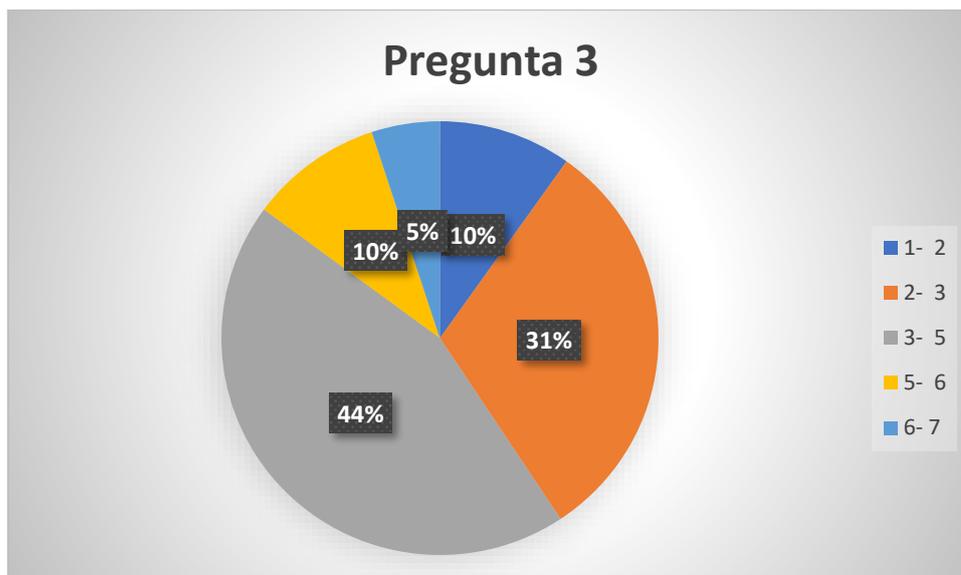
Los resultados muestran que el 74.2% no ha adquirido vainilla en vainitas y el 25.8% si adquirido este producto. Un alto porcentaje de los encuestados desconoce del producto, esto implica que las ventas de vainas son menores a las esperadas por el desconocimiento del producto y los beneficios.

### **Pregunta 3: ¿Cuántas vainas de vainilla orgánica consumiera semanalmente?**

**Tabla 4 – 4:** ¿ Cuántas vainas de vainilla orgánica consumiera semanalmente?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1-2</b>	37	9,8%
<b>2-3</b>	67	30,9%
<b>3-4</b>	125	44,4%
<b>4-5</b>	20	9,8%
<b>5-6</b>	10	5,1%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 15:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

#### **Análisis e interpretación**

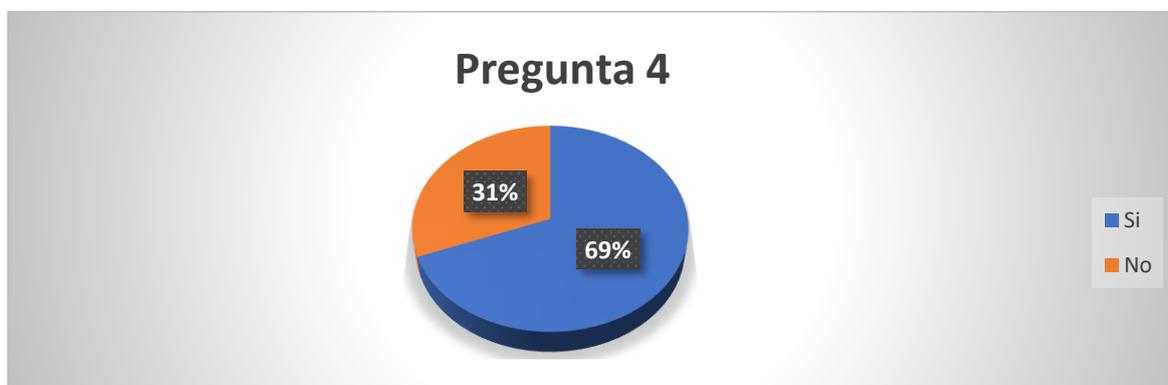
Según los resultados de la encuesta el 44.4% de las personas estarían dispuestos a comprar entre 3 a 5 vainas, 30.9% comprarían de 2-3 vainas, el 9.8% comprarían de 5-6 vainas y el 5.1% comprarían de 6-7 vainas semanalmente. Por lo tanto, se da como resultado que los consumidores estarían dispuestos a consumir semanalmente 3-5 vainas, lo cual representa un beneficio económico para la empresa.

#### **Pregunta 4: ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de vainilla a través de la web?**

**Tabla 4 – 5:** ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de vainilla a través de la web?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	260	69,1%
<b>No</b>	116	30,9%
<b>Total</b>	376	100,0%

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 16:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

#### **Análisis e interpretación**

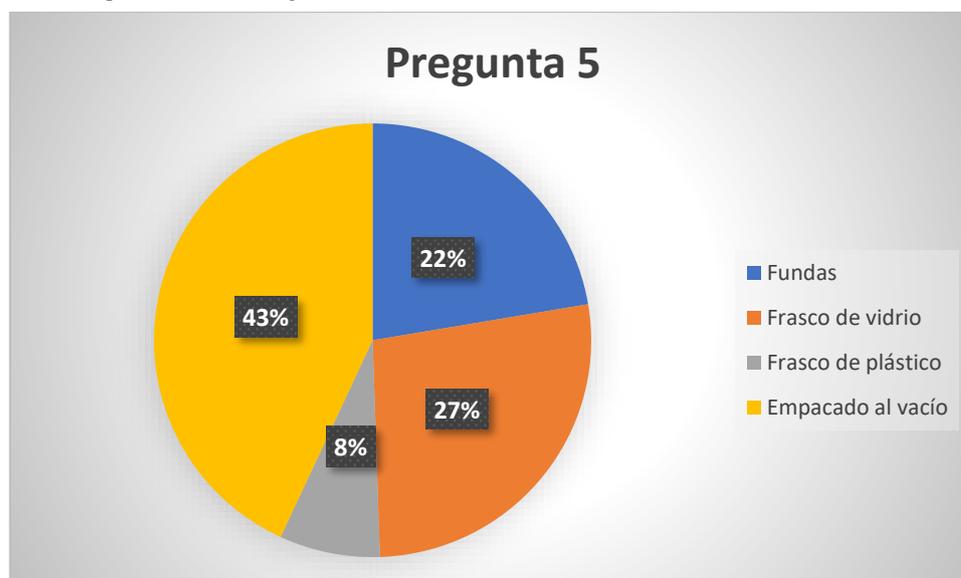
Al preguntar si están dispuestos a realizar la compra de vainas de vainilla a través de la web, el 69.1% menciona que sí y el restante 30.9% que no. Considerando que uno de los segmentos mayor crecimiento son las ventas online. Por lo tanto, la empresa “Villa Vainilla”, deberá proveer de una plataforma digital para ofertar el producto y presentaciones para compra online. Estrategia que permitirá la expansión económica de la organización empresarial.

**Pregunta 5: ¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir el producto?**

**Tabla 4 – 6:** ¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir el producto?

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Fundas</b>	84	22,3%
<b>Empaquetado al vacío</b>	162	43,1%
<b>Frasco de plástico</b>	28	7,4%
<b>Frasco de vidrio</b>	102	27,1%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 17:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

**Análisis e interpretación**

En la siguiente presentación en la figura 4-5, estaría dispuesto a adquirir el producto el 43.1% de los encuestados confirman su preferencia de adquirir el producto empaquetado al vacío, mientras que el 27.1% en frascos de vidrio, el 22.3% confirma su adquisición en fundas, y finalmente el 7.4% lo realizara en frascos de plástico.

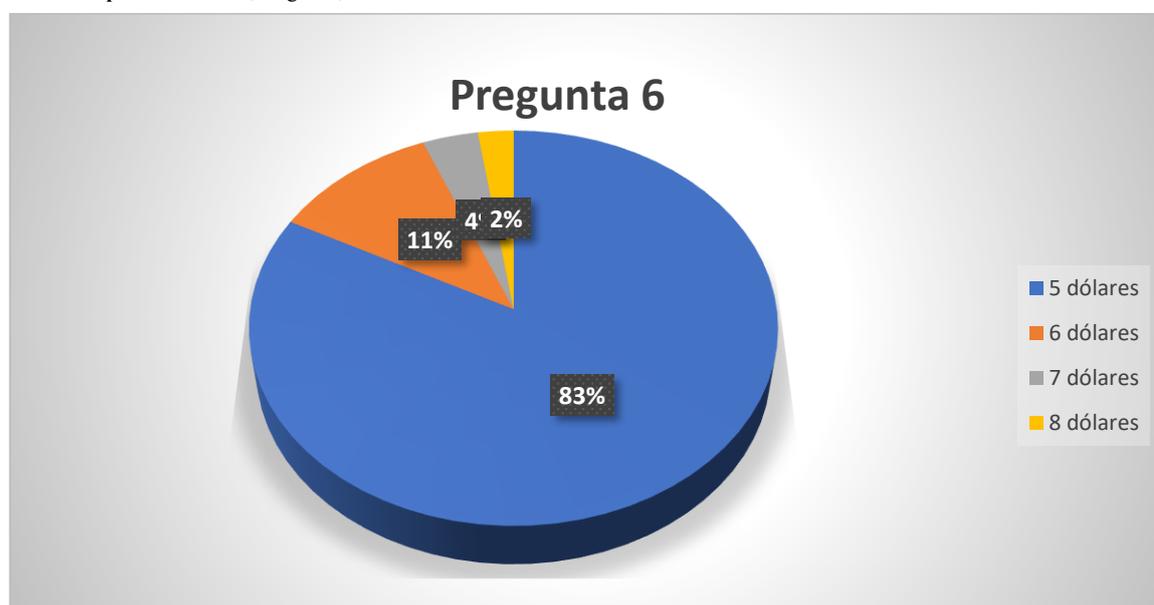
Un alto porcentaje de los encuestados tiene interés por comprar el producto en presentación de empaquetado a vacío una alternativa que permite conservar de forma eficiente en el tiempo las vainas de vainilla. Para lo cual la empresa deberá mantener altos estándares de calidad para mantener su textura y el color ideal de las vainas.

**Pregunta 6: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 2 a 3 vainas de vainilla orgánica?**

**Tabla 4 – 7:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 2 a 3 vainas de vainilla orgánica?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>5 dólares</b>	311	82,7%
<b>6 dólares</b>	42	11,2%
<b>7 dólares</b>	14	3,7%
<b>8 dólares</b>	9	2,4%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 18:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

**Análisis e interpretación**

Según muestra la figura 4-6, se observa que el 82.7% de las personas están dispuestas a gastar 5 dólares en empaques que contienen de 2 a 3 vainas. Después de eso, un 11,2% está puesta a pagar 6 dólares, un 3,7% esta apto a costear 7 dólares, por último, un 2.4% de los habitantes están activos a pagar 8 dólares.

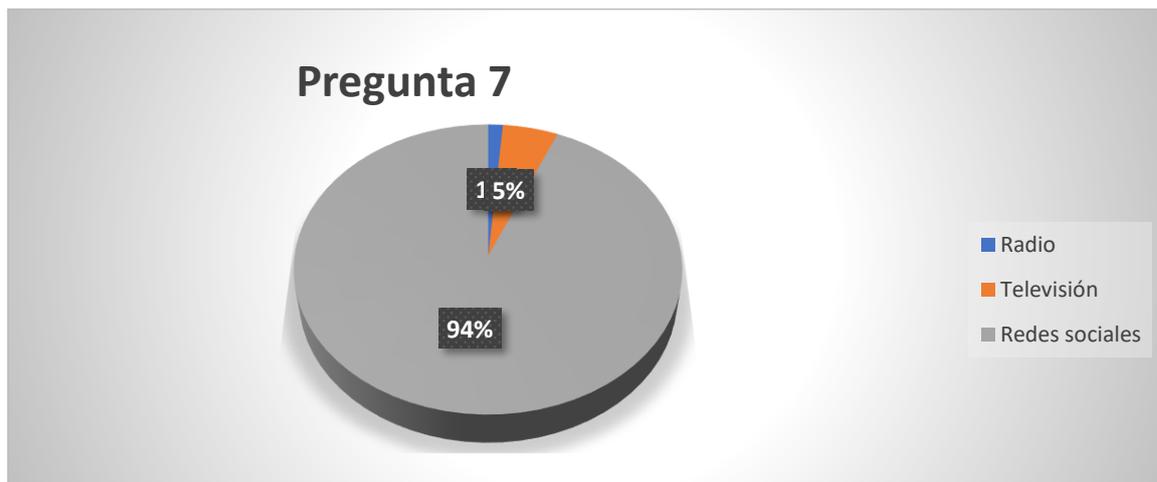
La percepción de los consumidores con respecto al precio es de cinco dólares, un costo que está acorde al mercado y que es un referente para establecer un precio promedio para la comercialización del producto. El análisis del precio es un mecanismo que aportará a evaluar el precio y establecer la mejor opción considerando la rentabilidad y viabilidad de la empresa.

**Pregunta 7: ¿A través de que medio considera que podría informarse de la promoción de la vainilla en vainas?**

**Tabla 4 – 8:** ¿A través de que medio considera que podría informarse de la promoción de la vainilla en vainas?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Radio</b>	5	1,3%
<b>Televisión</b>	19	5,1%
<b>Redes sociales</b>	352	93,6%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 19:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

### **Análisis e interpretación**

Los medios para obtener información del producto de acuerdo con los encuestados la mayor participación se lleva las redes sociales con un 93.6% a continuación la televisión con un porcentaje del 5.1% y por último la radio teniendo la proporción menor del 1.3%.

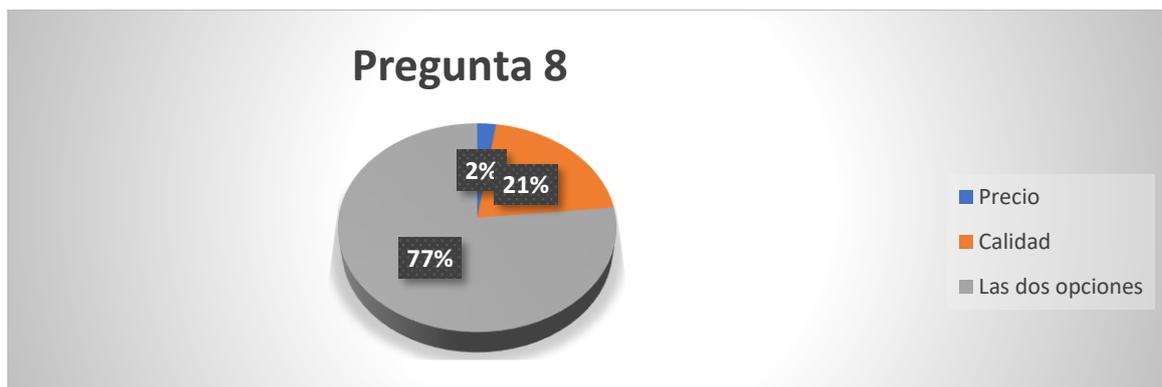
Por las tendencias de consumo y la relevancia de los medios digitales las redes sociales son el principal medio de comunicación para promocionar los emprendimientos. Es necesario que la empresa realice un plan de publicidad orientado a las nuevas necesidades del mercado y tendencia logrando captar la atención de nuevos compradores.

### **Pregunta 8: ¿Qué considera usted al momento de adquirir el producto?**

**Tabla 4 – 9:** ¿Qué considera usted al momento de adquirir el producto?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Precio</b>	9	2,4%
<b>Calidad</b>	79	21,0%
<b>Las dos opciones</b>	288	76,6%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 20:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

#### **Análisis e interpretación**

Según se muestra la figura 4-8, las características o atributos que son consideradas por los consumidores son el precio y la calidad que representa el 76.6% en el segundo puesto la calidad con un 21% y en el último puesto tenemos al precio con un porcentaje de 2.4%.

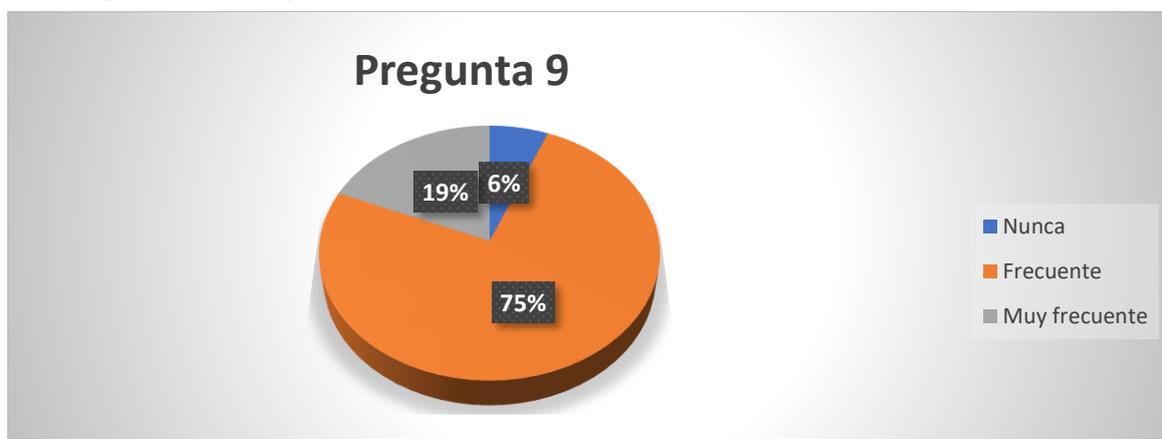
De tal forma que las propiedades de mayor relevancia son la calidad y el precio variables que son determinantes a la hora de realizar la compra. Al ser un producto de consumo humano se mantendrán altos estándares de calidad de acuerdo con las especificaciones de la normativa.

#### **Pregunta 9: ¿Le gustaría recibir un catálogo de los productos que ofrece “Villa Vainilla”**

**Tabla 4 – 10:** ¿Le gustaría recibir un catálogo de los productos que ofrece “Villa Vainilla”

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Nunca</b>	23	6,1%
<b>Frecuente</b>	283	75,3%
<b>Muy frecuente</b>	70	18,6%
<b>Total</b>	376	100,0%

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 21:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

#### **Análisis e interpretación**

En la siguiente interpretación la figura 4-9 de los encuestados, analiza sobre si les gustaría recibir un catálogo de los productos que ofrece “Villa Vainilla” lo cual se llegó a una conclusión que el 75.3% desean recibir frecuentemente el catálogo, dando así un enfoque a la empresa para que se pueda variar el producto a ofrecer, de manera que el 18.6% de los encuestados muy frecuente desean obtener información del producto, llegando así a finalizar que el 6.1% nunca desean obtener noticias.

Existe una alta predisposición por recibir el catálogo, siendo un factor positivo para la empresa Villa Vainilla, promoviendo este catálogo habrá un mayor conocimiento del producto y de los atributos de este. Es necesario que se dé a conocer el producto para incrementar el nivel de ventas.

**Pregunta 10: ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de productos de “Villa Vainilla” a través de la web?**

**Tabla 4 – 11:** *¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de productos de “Villa Vainilla” a través de la web?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	288	76,6%
<b>No</b>	88	23,4%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



**Figura 4 - 22:** El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo con la figura 4-10 del total de encuestados, se llevó a cabo un análisis de los resultados, que menciona el 76.6% de las personas están dispuestas a realizar sus compras de los productos de "Villa Vainilla", a través de un sitio web, dando así por finalizar que el 23.4% de encuestados no desean comprar su producto ya que no se puede visualizar ni apreciar el mismo.

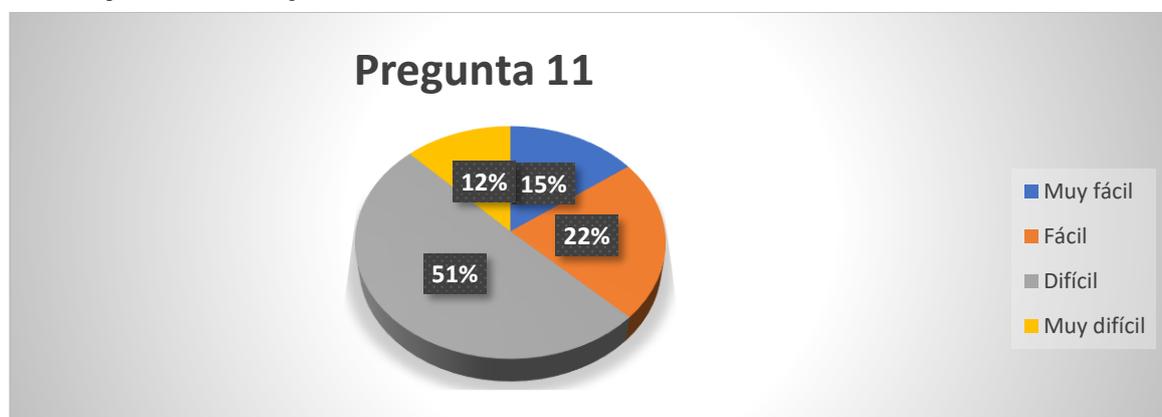
Cabe recalcar que en estos tiempos hay una alta tendencia a adquirir productos por el sitio web, ya que es importante que la empresa planifique establecer plataformas para permitir que las compras del producto al igual que el contenido se pueda visualizar.

**Pregunta 11: ¿Qué tan complicado le resulta a usted el uso de la vainilla en vainas en preparaciones económicas?**

*Tabla 4 – 12: ¿Qué tan complicado le resulta a usted el uso de la vainilla en vainas en preparaciones económicas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy fácil</b>	56	14,9%
<b>Fácil</b>	84	22,3%
<b>Difícil</b>	190	50,5%
<b>Muy difícil</b>	46	12,2%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



*Figura 4 - 23: El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.*

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

**Análisis e interpretación**

Según la figura 4-11 del total de encuestados nos informa acerca de preguntar la facilidad del uso de la vainilla en vainas en preparaciones económicas, el total de los los encuestados mencionan que el 50% les parece muy difícil el uso del producto dando así una gran preocupación al vendedor por lo cual podría afectar a sus ventas, pero el 22.3% de los encuestados les parece un producto demasiado fácil de utilizar, por siguiente el 14.9% les parece muy sencillo el uso de aquel agro producto mencionado anteriormente y el 12.2% se les hace muy difícil.

Al ser un producto que no es muy conocido, el utilizar las vainas no es común en la preparación, situación que genera dificultad para la empresa al momento de realizar distintas preparaciones. La empresa "Villa Vainilla" tendrá que invertir en la difusión del uso de la vaina y su aplicación para lograr una mayor aceptación del producto.

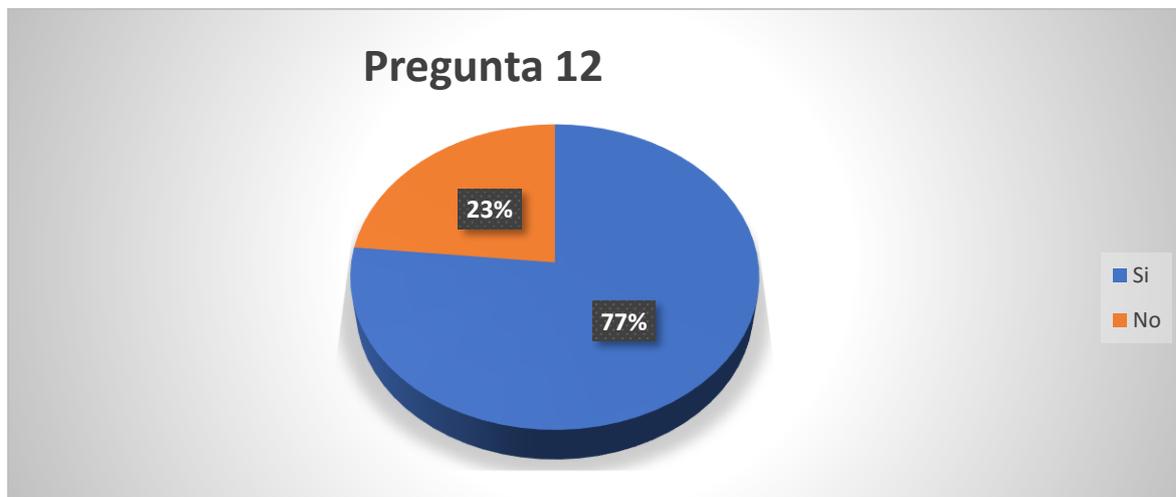
**Pregunta 12: ¿Consideras que la cantidad del producto está considerable al precio de venta?**

*Tabla 4 – 13: ¿Consideras que la cantidad del producto está considerable al precio de venta?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	288	76,6%

<b>No</b>	88	23,4%
<b>Total</b>	376	100,0%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.



*Figura 4 - 24:* El gráfico muestra la representatividad de los resultados de la encuesta.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023.

### **Análisis e interpretación**

En la siguiente interpretación de la Figura 4-12 de los encuestados, se les preguntó si consideran que la cantidad del producto está considerable para el precio de venta que se tiene pre dispuesto a ofertar, se llegó a una conclusión que el 76.6% si lo ve considerable la cantidad de producto que son las vainas de vainilla para el precio que se ofrece a vender, mientras que el 23.4% menciona que no están conformes con la cantidad de producto que se les ofrece vender.

Cabe recalcar que es evidente que la percepción de los consumidores está inmersa en dos factores que es la calidad y el precio. Por consiguiente, la calidad del producto debe reflejar la calidad y viceversa. La empresa debe mantener estándares de calidad y análisis de precios para garantizar que estas variables cumplan con las expectativas del cliente.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA VAINILLA ORGÁNICA

#### **Propuesta:**

La propuesta que se realizó en la presente investigación corresponde al análisis de la factibilidad de producción y comercialización de vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco, lo cual implica el desarrollo de un estudio de técnico, de mercado, administrativo, legal y financiero.

#### **Objetivo:**

Determinar la factibilidad de producción y comercialización de vainilla orgánica en la empresa Villa Vainilla en la parroquia Sevilla Don Bosco.

#### **5.1. Estudio de mercado**

##### **5.1.1. Universo**

El universo poblacional está constituido por la totalidad de habitantes de la ciudad de Macas, al ser la localización más cercana al área de producción, la cual fue seleccionado como objetivo de comercialización por disponer un porcentaje del 42% de la población económicamente activa con posibilidades de adquisición del producto en estudio.

##### **5.1.2. Mercado meta**

La población de Macas 41.155 habitantes

##### **5.1.3. Mercado Objetivo**

La población económicamente activa del cantón de Macas 17.841 habitantes

##### **5.1.4. Segmento**

El segmento de análisis serán los consumidores que se encuentran en la ciudad de Macas quienes requieren del producto.

##### **5.1.5. Oferta**

En el mercado objetivo la venta de vainilla orgánica, se le realiza a través de la comercialización directa de la vaina es por esta razón que, al investigar sobre diferentes ofertantes del producto destaca que es importante la diferenciación de sus presentaciones para su procesamiento y fidelidad de sus clientes. En este contexto, se seleccionó a las organizaciones empresariales que ofertan vainas de vainilla. Por lo tanto, la presente investigación se identificó que en el mercado están posicionadas cuatro marcas de empresas que tienen experiencia y conocimiento con una trayectoria de seis años en el sector agro productor, permitiendo así potencializar la gestión administrativa y financiera del producto a nivel nacional e internacional.

A continuación, en la tabla adjunta se detallan las marcas posesionadas:

**Tabla 5 - 14: Análisis de la oferta a nivel nacional**

<b>Análisis de la oferta</b>			
<b>Marcas</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Vainas (Unidades)</b>	<b>Precio (\$)</b>

<b>Kallari</b>	Tena	3-4	7.00
<b>Vainuz</b>	Santo Domingo	4-5	9.00
<b>Huertos Ecuador</b>	Guayaquil	4-5	7.00
<b>Tsachi</b>	Santo Domingo	3-4	8.00
<b>Total (\$)</b>			31
<b>Precios promedio (\$)</b>			7.75

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023. En base al registro de empresas informercado (Informercado , 2022).

En el mercado nacional existe una oferta limitada de vainilla en vaina, la cual represente una oportunidad relevante para la empresa, sin embargo, existe una mínima comercialización en el mercado local, bordeando actualmente un promedio de 180 fundas de vainas de vainilla en ventas al mes, de acuerdo con información primaria obtenida de los comerciantes, es decir 2160 fundas vendidas al año para lo cual la oferta existente en el sector se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 5 - 15: Oferta**

<b>Años</b>	<b>Oferta</b>
<b>2023</b>	2160
<b>2024</b>	1252
<b>2025</b>	2161
<b>2026</b>	1253
<b>2027</b>	2162
<b>2028</b>	1253
<b>2029</b>	727.30

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

Para el cálculo realizado se aplicó per cápita en donde se multiplico el promedio del PIB debido a la dispersión de datos obtenidos.

#### **5.1.6. Análisis de la demanda**

Es importante destacar que también se realizó el cálculo del consumo per cápita, evidenciando que la relación se establece al dividir el consumo muestreo entre la frecuencia total. Este proceso arrojó un resultado de 3.47 kg de vainas orgánicas por semana. Luego, al multiplicar esta cantidad por las 52 semanas que tiene el año, se obtiene un resultado final de 180.29 kg de vainas por año.

$$Q: n * q: 12.310,29 * 180.29: 2.219,464.40 \text{ -Demanda Potencial}$$

**Tabla 5 - 16: Análisis de la población**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Población económicamente activa</b>	<b>Población</b>
<b>2020</b>	11123	42%	4672
<b>2021</b>	3006	42%	1263
<b>2022</b>	3066	42%	1288
<b>2023</b>	3128	42%	1314

<b>2024</b>	3190	42%	1340
<b>2025</b>	3254	42%	1367
<b>2026</b>	3319	42%	1394
<b>2027</b>	3385	42%	1422
<b>2028</b>	3453	42%	1450

Fuente: (INEC , 2010).

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023.

La demanda proyectada dependerá por tanto de la población, pero a su vez de la cantidad de personas que aceptarían comprar el producto, para lo cual la encuesta ha revelado que solamente un 9,8% indica que no compraría nunca, mientras que un 69% indica que realizaría compras de vainilla mediante web (pregunta 4), de la población tiene interés en adquirir el producto. Sin existir otros productores en el sector y con un potencial consumo ocasional de las personas (44,4%) lo cual implicaría una compra semestral o dos veces al año, la demanda proyectada será:

**Tabla 5 - 17: Análisis de la población**

<b>Año</b>	<b>Hogar</b>	<b>Población económicamente activa</b>	<b>Población</b>	<b>Potenciales compradores (69%)</b>	<b>Compras anuales proyectadas</b>
<b>2020</b>	11123	42%	4672		
<b>2021</b>	3006	42%	1263		
<b>2022</b>	3066	42%	1288		
<b>2023</b>	3128	42%	1314	906	163417
<b>2024</b>	3190	42%	1340	925	166686
<b>2025</b>	3254	42%	1367	943	170019
<b>2026</b>	3319	42%	1394	962	173420
<b>2027</b>	3385	42%	1422	981	176888
<b>2028</b>	3453	42%	1450	1001	180426

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023, en base al registro de empresas y la proyección.

Se puede observar que la demanda en cantidad desde 2023 puede alcanzar anualmente compras estimadas por más de 25.000 productos, sin embargo

Un cálculo más preciso considerando por una parte que el único productor del mercado local será la empresa, pero por otro lado también que puede existir el ingreso del producto por otros medios ha permitido estimar que podrán existir 18.000 compras al año, es decir un 70% de la demanda total existente.

### **5.1.7. Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha en el sector será, por tanto:

**Tabla 5 - 18: Demanda insatisfecha**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>2023</b>	163417	2744	162,164.41
<b>2024</b>	166686	3018	165,370.12
<b>2025</b>	170019	3320	168,572.28
<b>2026</b>	173420	3652	171,827.97
<b>2027</b>	176888	4017	175,137.20
<b>2028</b>	180426	4419	178,499.87

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023

De acuerdo a los cálculos realizados la demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consumo en años futuro como se puede observar en la tabla para obtener la proyección es la diferencia entre la demanda y oferta dando como resultado final la demanda insatisfecha.

### **5.1.8. Mix de Marketing**

A continuación, en base a la información previa y la encuesta se establece el mix de marketing para la empresa:

#### **Producto**

##### **Descripción del Producto:**

Funda de 50 gramos (1-3 vainas): Vainas de vainilla orgánica, cuidadosamente seleccionadas y empacadas en una presentación elegante.

Funda de 125 gramos (4-5 vainas): Una opción más grande para aquellos que buscan una cantidad mayor para sus necesidades culinarias.

##### **Estrategias de Producto:**

Calidad: Asegurar que cada vaina cumpla con los estándares de calidad, ofreciendo un sabor y aroma excepcionales.

Empaque: Utilizar empaques atractivos y ecológicos que reflejen la naturaleza orgánica del producto.

Variedad: Ofrecer diferentes grados de vainilla para diferentes usos, como repostería, cocina gourmet, etc.

#### **Precio**

##### **Estructura de Precios:**

Funda de 50 gramos (1-3 vainas): \$5 - Funda de 125 gramos (4-5 vainas): \$7

##### **Estrategias de Precio:**

Precios Competitivos: Establecer precios que reflejen la calidad del producto pero que también sean competitivos en el mercado local. Descuentos por Volumen: Ofrecer descuentos para compras en grandes cantidades, especialmente para restaurantes y comerciantes.

Promociones Estacionales: Implementar promociones durante festividades o temporadas de alta demanda.

## **Plaza**

### **Canales de Distribución:**

Restaurantes: Colaboración con restaurantes locales para ofrecer la vainilla como ingrediente premium.

Comercios Locales: Venta en tiendas y mercados locales.

Tiendas del Sector: Colocación en tiendas especializadas en productos orgánicos y gourmet.

### **Estrategias de Plaza:**

Distribución Eficiente: Asegurar una distribución rápida y eficiente para mantener la frescura del producto.

Relaciones con Minoristas: Construir relaciones sólidas con minoristas y proveedores para asegurar una presencia constante en el mercado.

## **Promoción**

### **Estrategias de Promoción**

Publicidad Local: Utilizar medios locales para promocionar el producto, destacando su origen orgánico y calidad superior.

Degustaciones: Organizar eventos de degustación en tiendas y mercados para permitir a los clientes probar el producto.

Redes Sociales y Marketing Digital: Crear una presencia en línea para llegar a un público más amplio, compartiendo recetas, usos y la historia detrás del producto.

Colaboraciones con Chefs Locales: Trabajar con chefs y expertos en alimentos locales para promover el uso de la vainilla en la cocina local.

## **5.2. Estudio técnico**

### **5.2.1. Localización**

Para realizar el análisis de localización se situó la ubicación de dos sectores para la comercialización que son: Macas y Sevilla Don Bosco lugares que por su ubicación podrían convertirse en una alternativa para establecer la empresa y centro de acopio.

**Tabla 5 - 19:** Matriz de localización

<b>Factores</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Posibles ubicaciones</b>	
		Sevilla	Macas
		Don Bosco	
<b>Disponibilidad de infraestructura</b>	20%	9	10
<b>Disponibilidad de personal</b>	15%	8	10
<b>Cercanía de productores</b>	20%	9	10
<b>Disponibilidad de servicios</b>	15%	8	10

<b>Cercanía de obras y costos de transporte</b>	30%	8	7
	100%	42	47

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 5 - 20:** Ponderación de localización

<b>Factores</b>	<b>Posibles ubicaciones</b>	
	Sevilla Don Bosco	Macas
<b>Disponibilidad de infraestructura</b>	1.8	2
<b>Disponibilidad de personal</b>	1.2	1.5
<b>Cercanía de productores</b>	1.8	2
<b>Disponibilidad de servicios</b>	1.2	1.5
<b>Cercanía de obras y costos de transporte</b>	2.4	2.1
<b>TOTAL</b>	8.4	9.1

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Para determinar la localización se considera la disponibilidad de infraestructura, cercanía de obra, costos, mano de obra, y servicios, al analizar las variables se establece una ponderación de 1 a 10. Esta referencia permite determinar que el sector adecuado para establecer la empresa y el centro de acopio es la ciudad de Macas, la cual cuenta con una ponderación de 9.1/10 siendo el factor más relevante para establecer la empresa.

### 5.2.2. *Tamaño*

La capacidad instalada está determinada por la capacidad productiva actual de producción. Actualmente el área productiva cuenta con un total de 1750 plantas de vainilla, las cuales producen un promedio de 1 kg final de vainilla por planta.

En promedio 48 vainas corresponde a 1 kg. de producto, por tanto, la capacidad productiva será:

**Tabla 5 - 21:** Tamaño

<b>Cantidad de producción en kg.</b>	1750
<b>Cantidad de producción (promedios vainas)</b>	84000

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

La producción anual es utilizable en promedio en un 67%, lo cual hace que la producción real final anual sea de 1.172 kg. Anual, el cual puede ser preservado por el tipo de producto. Por tanto, las ventas en kg serán divididas en las fundas de producto final, presentado en el análisis financiero.

### 5.2.3. Diseño de planta

La planta estará compuesta por el área productiva de cultivo, el área de empaque y las oficinas como sigue:

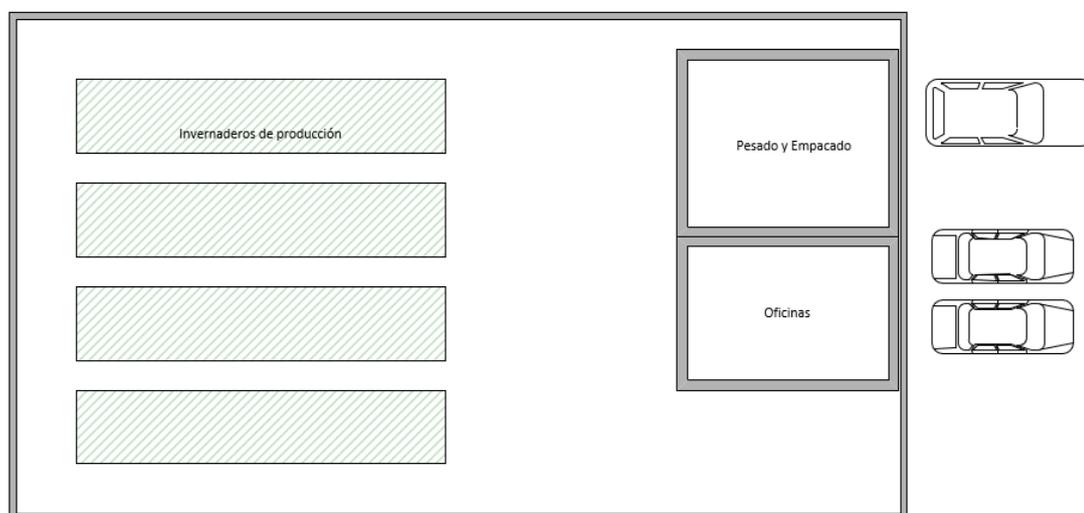


Figura 5 - 13: Diseño de planta

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### 5.2.4. Requerimientos de equipos y maquinarias

Los requerimientos que serán necesarios para la operación de un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de la vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco la cual se detalla a continuación:

Tabla 5 - 22: Requerimientos maquinarias y equipos

CANT.	MAQUINARIA Y EQUIPO	VALOR UNITARIO	COSTO EN DOLARES
3	Medidores de humedad	\$ 1.550,00	\$4.650,00
2	Balanza electrónica	\$ 1.050,00	\$2.100,00
3	Estufas de secado	\$ 1.200,00	\$3.600,00
5	Contenedores herméticos	\$ 80,00	\$ 400,00
1	Máquina para empaquetado al vacío contunia	\$ 2.300,00	\$2.300,00
2	Etiquetadora	\$ 219,00	\$ 438,00
2	Teléfonos	\$ 65,00	\$ 130,00
1	Switch internet	\$ 65,00	\$65,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.683,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023, en base a Mercado Libre \*anexo 2

Tabla 5 - 233: Requerimientos de Equipos de oficina

VALOR MOBILIARIO Y EQUIPOS DE OFICINA			
CANT.	DESCRIPCION	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
4	Escritorios ejecutivos	\$ 180,00	\$ 720,00
4	Sillas giratorias	\$ 99,00	\$ 396,00

4	Archivador	\$	75,00	\$	300,00
2	Mesa metálica	\$	700,00	\$	1.400,00
12	Sillas	\$	21,00	\$	252,00
2	mesas de centro	\$	85,00	\$	170,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>3.238,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023, en base a Mercado Libre \*anexo 2

**Tabla 5 - 24:** Requerimientos equipos de computación y de oficina

CANT.	EQUIPO DE COMPUTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computador i7	\$ 800,00	\$ 1.600,00
1	Software	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Impresora epson	\$ 266,00	\$ 266,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.366,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023, en base a Mercado Libre \*anexo 2

### 5.2.5. Descripción de los procesos

Las actividades se van a desarrollar en la parroquia de Sevilla Don Bosco, misma que es una zona estratégica que cuenta con un grupo de productores que se dedica al cultivo de vainilla.

Las actividades que se van a realizar serán:

- Proceso de acopio
- Proceso de escalado y fermentación
- Proceso de secado
- Proceso de comercialización

#### Proceso de acopio

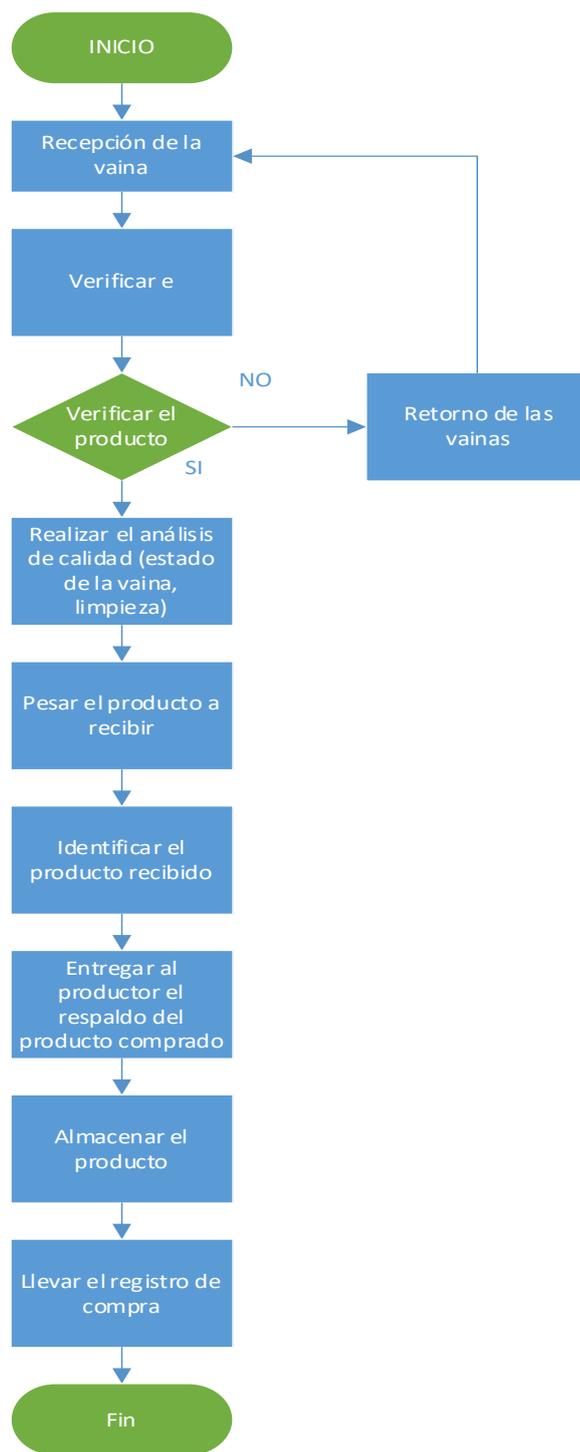
El proceso de acopio es clave para la comercialización de la vaina. Los cultivadores de vainilla se encuentran en la parroquia de Sevilla Don Bosco.

En el sector existe un solo productor que corresponde a la empresa “Villa Vainilla”. El proceso que se sigue para lograr que la extracción mantenga un proceso orgánico con estándares de calidad es:



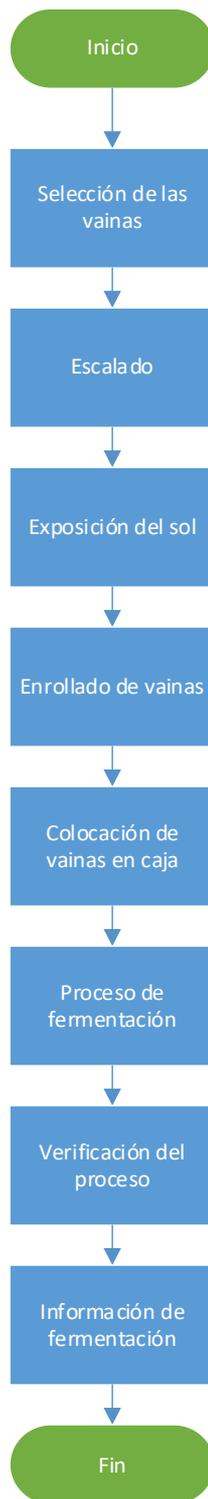
**Figura 5 - 64:** Proceso General

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023



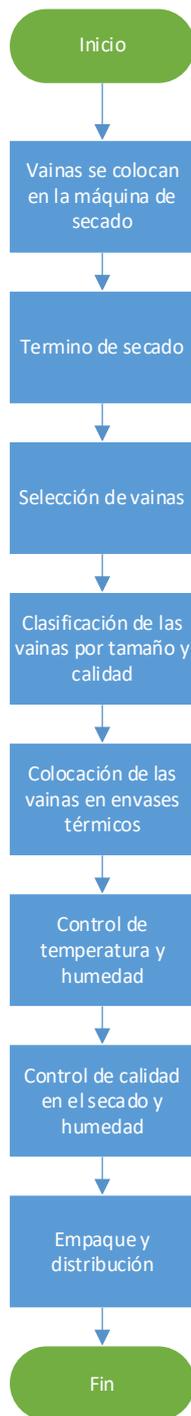
**Figura 5 - 75:** *Proceso de acopio.*

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023



**Figura 5 - 86:** *Proceso de escalado y fermentación.*

**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023



**Figura 5 - 97:** *Proceso de secado y curado.*  
**Realizado por:** Pesantez M, Nugra M, 2023

### **5.3. Estudio administrativo**

#### **5.3.1. Nombre de la empresa**

La empresa está ubicada en el centro sur del Ecuador en la provincia de Morona Santiago en la parroquia Sevilla don Bosco un centro turístico en el que se desarrollan distintos emprendimientos productivos.

Sevilla don Bosco es una de las parroquias más extensas con una superficie de 2.305.44 km<sup>2</sup>, es una zona privilegiada el 81% de la población se dedica a actividades agrícolas y agropecuarias. La comunidad se dedica a los cultivos de plátano, café, cacao maíz entre otros.

Villa vainilla es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de las vainas de vainilla orgánica y subproductos. El objetivo empresarial es el desarrollo agrícola y producción interna además de la dinamización económica del sector.

El producto principal será la comercialización de vainas de vainilla, a su vez se tiene planificado realizar subproductos como son: crema de Wisky con caviar de vainilla, extracto artesanal de vainilla, azúcar con vainilla.

#### **5.3.2. Clasificación de la empresa**

La empresa se constituirá como compañía de responsabilidad limitada. Entre sus actividades empresariales será la recolección, clasificación, secado y comercialización de las vainas de vainilla y posteriormente la creación de un centro de acopio zonal. La cual estará constituida por dos socios que tendrán una participación del 51% y 49% respectivamente de sus acciones.

#### **5.3.3. Logo**

La propuesta de logo contiene el nombre de la empresa y la imagen de la Villa Vainilla, a su vez, se agrega el lugar y sector de la empresa. Como se muestra en la ilustración 1.



Figura 5 - 108: Logo.

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

#### **5.3.4. Estructura - organigrama**

El organigrama permite crear un sistema de gestión organizativa. Este sistema permitirá establecer las funciones de cada área de trabajo acorde a los puestos de trabajo. Es una empresa que se encargará de establecer un centro de acopio que aportará a la comercialización de la vaina de vainilla.

La estructura organizacional considerada para el desarrollo de este proyecto será:

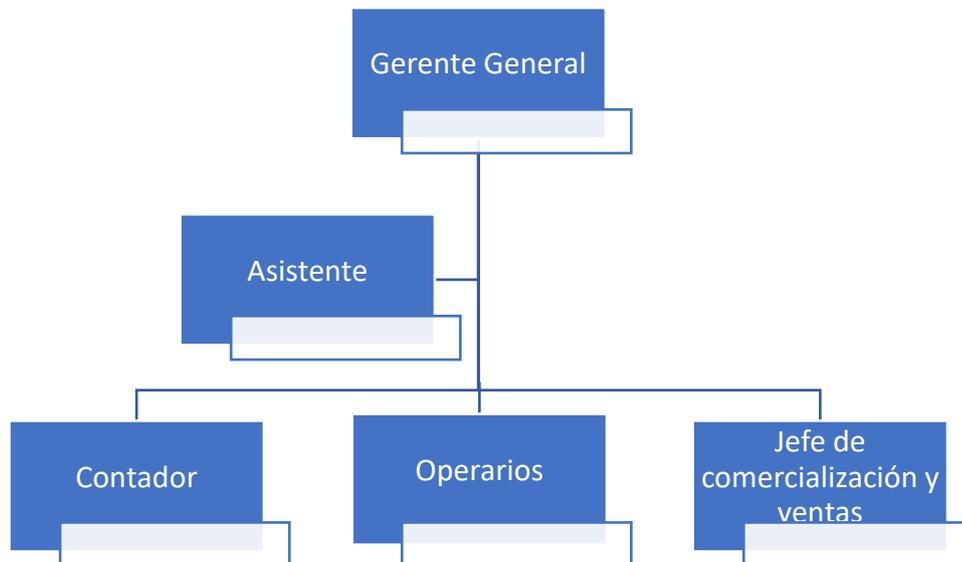


Figura 5 – 19: Organigrama

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### 5.3.5. Funciones

Las funciones de los empleados se establecen conforme a las descripciones que la empresa requiere para la búsqueda de personal. De acuerdo con la estructura organizacional se procede a presentar las funciones y perfiles.

Tabla 5 - 25: Perfil de cargo gerente general

Perfil de cargo	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente general
<b>Jefe al que reporta</b>	Asociación de acopio
<b>Formación</b>	Ingeniería en administración de empresas
<b>Experiencia</b>	Más de 5 años
<b>Requisitos</b>	Encargado de representar a la empresa y velar por el buen funcionamiento de la empresa
<b>Funciones</b>	Supervisar la planta de acopio Dirigir todos los procesos de operación de la planta Mantener las condiciones de operación de los equipos e instalaciones Dar cumplimiento a la normativa de producción y comercialización de la vaina de vainilla Supervisar a todo el personal de planta Realizar uniforme de las operaciones internas
<b>Competencias / habilidades</b>	<b>Capacidades</b>
Liderazgo	Manejo de centros de acopio de productos terminados.
Trabajo en equipo	
Organización y planificación	Formación y conocimientos de la normativa ISO

---

Dominio del idioma inglés

---

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 5 - 26:** Perfil de cargo asistente

---

<b>Perfil de cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Secretaria y recepcionista
<b>Jefe al que reporta</b>	Gerente general
<b>Formación</b>	Lic. secretaria
<b>Experiencia</b>	Más de 3 años
<b>Requisitos</b>	
Se encargará de prestar apoyo administrativo y personal para el logro y consecución de metas y objetivos.	
<b>Funciones</b>	
Realizar cartas, enviar correos e informes	
Contestar llamadas telefónicas	
Levar la agenda del gerente	
Organizar las reuniones y capacitaciones para el personal de producción	
Gestionar, viajes y visitas a productores	
Orientar a las visitas y productores que acudan al centro de acopio.	
<b>Competencias / habilidades</b>	<b>Capacidades</b>
Escucha activa	Capacidades comunicacionales
Actitud positiva	Capacidad para organizar el trabajo
Habilidades de escritura	

---

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 5 - 27:** Contador

---

<b>Perfil de cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Contador
<b>Jefe al que reporta</b>	Gerente General
<b>Formación</b>	Ing. En Finanzas y contabilidad
<b>Experiencia</b>	Más de 5 años
<b>Requisitos</b>	
Se encargará de prestar apoyo administrativo y personal para el logro y consecución de metas y objetivos.	
<b>Funciones</b>	
Elaborar los presupuestos	
Gestionar los riesgos que se puedan presentar como parte del proceso de acopio	
Tomar decisiones de acuerdo <b>con</b> las inversiones que se van a realizar	
Gestionar los flujos de caja	

---

---

Realizar auditorías y contabilidad interna	
Establecer soluciones para reducir costos.	
<b>Competencias / habilidades</b>	<b>Capacidades</b>
Habilidad de liderazgo	Dominio del software contable
Habilidad para comunicarse	Excelentes capacidades numéricas
	Capacidad analítica

---

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 5 - 28: Operarios**

---

	<b>Perfil de cargo</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Operarios
<b>Jefe al que reporta</b>	Jefe de producción
<b>Formación</b>	Técnico en producción
<b>Experiencia</b>	2 a 3 años en posiciones similares
<b>Requisitos</b>	
Apoyar al desarrollo de las actividades productivas para la comercialización de la vaina	
<b>Funciones</b>	
Apoyo en la elaboración de los procesos	
Pesaje y control de calidad de las vainas	
Conservación de las vainas	
Secado de las vainas	
Empaque de las vainas	
Sellado al vacío de las vainas	
Manejar los equipos para el proceso de las vainas	
<b>Competencias / habilidades</b>	<b>Capacidades</b>
Aptitudes numéricas	Capacidad comunicacional
Habilidades de escritura	
Trabajo en equipo	

---

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 5 - 29: 4jefe de comercialización y ventas**

---

	<b>Perfil de cargo</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Jefe de comercialización y ventas
<b>Jefe al que reporta</b>	Gerente general
<b>Formación</b>	Ing. En marketing y ventas
<b>Experiencia</b>	Más de 5 años
<b>Requisitos</b>	
Sera responsable de investigar, diseñar, organizar, implementar, dirigir y auditar para posicionar un producto en el mercado.	

---

---

**Funciones**

Segmentar a los clientes  
Elaborar un plan de marketing  
Establecer estrategias que aporten a posicionar  
Crear la imagen para los productos y la comercialización de estos  
Supervisar la ejecución de cada una de las estrategias  
Verificar los resultados del plan de marketing  
Identificar tendencias  
Estructura de ventas  
Análisis del mercado  
Búsqueda de potenciales clientes

**Competencias / habilidades**

Mentalidad directiva  
Trabajo en equipo  
Profesional y honestidad  
Habilidades digitales

**Capacidades**

Capacidad directiva y estratégica  
Profesionalidad

---

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**5.4. Filosofía empresarial**

Las prácticas empresariales requieren de objetivos comerciales que se fortalecen en la filosofía empresarial. Consideraciones que se plantean en el siguiente apartado.

**5.4.1. Misión de la empresa**

Villa vainilla, tiene como misión promover la recolección de vainas y crear condiciones que posibiliten una actividad rentable y sostenible para los agricultores orgánicos de la parroquia rural Sevilla Don Bosco

**5.4.2. Visión de la empresa**

Para el 2028 Villa vainilla, será una empresa de procesamiento, almacenamiento, distribución y comercialización de vainas, la cual trata de beneficiar a los agricultores.

**5.4.3. Valores**

Los valores que la empresa Villa Vainilla definen son:

- **Calidad de procesos:** Mantener la certificación BPMA secado de las vainas de vainilla con especificaciones técnicas de categoría I y II.
- **Responsabilidad:** Compromiso social y ambiental con la población de la parroquia rural Sevilla Don Bosco, para mejorar la calidad de vida de la zona de intervención de la asociación.
- **Trabajo en equipo:** Mantener un equipo de trabajo de cooperación, comercio justo, solidario que trabaje bajo la misma filosofía, la cual contribuirá al logro de objetivos comunes.
- **Honestidad:** Todos los procesos internos se manejarán con honestidad y transparencia.
- **Liderazgo:** Impulsar a los miembros de la empresa a alcanzar las metas y objetivos.

#### 5.4.4. Políticas y estrategias

Las políticas y estrategias serán la adopción de acciones y asignación de recursos que están orientados a cumplir las metas y objetivos.

#### Políticas

- Cursos de capacitación y transferencia del conocimiento a los productores primarios del producto.
- Brindar a los clientes productos orgánicos que cumplan con las condiciones técnicas y de calidad
- Entorno amigable bajo un modelo de gestión que ayude al crecimiento organizacional bajo un criterio de cultura de superación y éxito.
- Definir un plan de comunicación para promover canales de participación interna y externa de la empresa
- Precios accesibles acorde a la realidad del mercado.

### 5.5. Estudio legal

#### 5.5.1. Requerimientos legales

Para la creación de la empresa existen ciertas condiciones a tomar en cuenta que serán esenciales para el adecuado funcionamiento y que irán acorde a la legislación ecuatoriana.

#### 5.5.2. Proceso de constitución

Para constituir una empresa se requieren de los siguientes pasos:

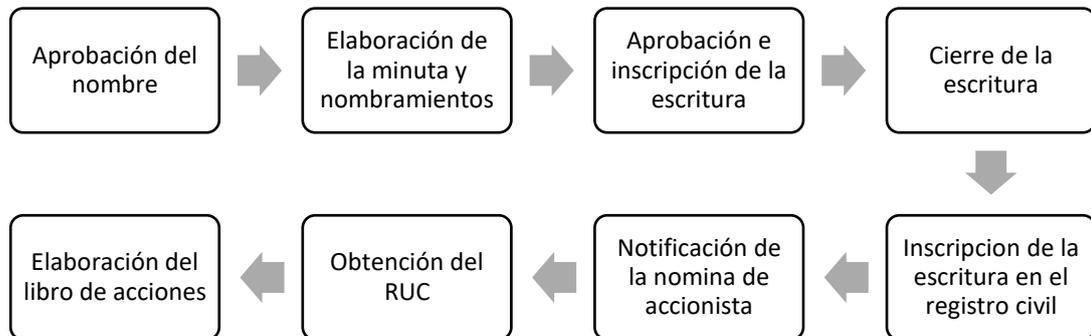


Figura 5. 20: Proceso para la creación de una empresa

Fuente: (Lexpro, 2021).

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

#### 5.5.3. Licencias, registros y permisos de funcionamiento

La empresa requiere el Registro Único de Contribuyente (RUC) para el funcionamiento de las actividades empresariales de tal forma que deben acudir a la agencia del servicio de rentas internas (SRI) para obtener la inscripción de la actividad económica de forma permanente ocasional empresarial.

Los requerimientos legales son:

- Cédula de ciudadanía
- Certificado de votación actualizada
- Documento para el registro del establecimiento domiciliario del contribuyente (RUC, 2021).

#### **5.5.4. *Requerimientos complementarios***

Para la comercialización de la Vainilla Orgánica se fundamentan en la reglamentación fitosanitaria y disposiciones generales, que aportan a mantener la trazabilidad del producto de manera segura y permanente. A continuación, se detalla los principales requisitos:

##### **PATENTE:**

- Inscripción en el Ministerio del Ambiente, Agua y Transacción Ecológica (MAATE)
- Plan de manejo agrícola ambiental.
- Etiquetado de plantas

##### **NOTIFICACIÓN SANITARIA:**

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (ARCSA)
- Regulación-057-2015-GGG Normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctas de higiene para establecimientos procesadores de alimentos categorizados como artesanales y organizaciones del Sistema de Economía Popular y Solidaria.

#### **5.5.5. *Certificación orgánica Kiwa BCS***

La certificación orgánica ofrecida por Kiwa BCS Öko-Garantie es un reconocimiento que acredita la competencia técnica en la producción, procesamiento y comercialización de productos orgánicos agrícolas, de acuerdo con el Reglamento de la Normativa de la Producción Orgánica Agropecuaria en Ecuador. Esta certificación, con más de 25 años de experiencia, fue el primer organismo certificador alemán registrado conforme al Reglamento sobre producción y etiquetado de productos ecológicos de la Unión Europea. En el caso de la producción orgánica de vainilla en vainas, la certificación garantiza que los productos son producidos, procesados y comercializados de acuerdo con las normativas orgánicas, asegurando su calidad y respeto al medio ambiente. Esto permite el acceso a mercados ecológicos globales, incluyendo la UE, EE. UU. y Japón (BCS Öko Garantie , 2019).

Los requisitos para obtener y conservar la certificación de productos agropecuarios ecológicos según el Reglamento General para la Certificación de Productos Agropecuarios Ecológicos de BCS Öko Garantie Colombia son los siguientes:

- Cierre de No Conformidades: Para obtener una decisión positiva de certificación, se deben haber cerrado todas las No Conformidades mayores que se pueden haber presentado durante el proceso de certificación (inspección, evaluación, certificación), relacionadas con la Res 187/06 y Res 199/16, el presente reglamento y el contrato de certificación nacional.

- **Mantenimiento de la Certificación:** El mantenimiento de la certificación depende del cumplimiento del cierre de no conformidades menores que hayan resultado de la decisión de certificación y no incurrir en no conformidades mayores o infracciones durante la vigencia del certificado.
- **Opciones de Certificación:** El Sistema de Certificación de Productos Ecológicos de BCS Öko Garantie Colombia S.A.S., aplica las siguientes opciones de certificación: Certificación individual y Certificación grupal.
- **Obligaciones de los Titulares de la Certificación:** Los titulares de la certificación tienen varias obligaciones, incluyendo la entrega de la documentación técnica requerida 15 a 30 días antes de la visita de auditoría, la notificación inmediata de cualquier cambio en el producto o en su diseño, y la implementación de los cambios comunicados por BCS referentes a documentos, procedimientos y requisitos del esquema de certificación, entre otros (BCS Öko Garantie , 2019).

### Consideración calidad

Las especificaciones generales de la calidad se establecen de acuerdo con el color y el tratamiento que se da. De acuerdo con las consideraciones expuestas la empresa mantendrá la calidad considerando la categoría I y categoría II.

Grado	Tipo	Color
Extra	Gourmet	Negro a café oscuro, sin rayas ni manchas
Categoría I	Gourmet	Negro a café oscuro, sin rayas ni manchas
	Ordinaria	Café con rayas
Categoría II	Gourmet	Café claro con filamentos rojizos
	Ordinaria	Café con rayas
Categoría III	Ordinaria	Negro o café

Fuente: Norma Mexicana NMX-FF-074-SCFI-2009 "Productos no industrializados para uso humano - Vainilla - (vainilla fragrans (Salisbury) Ames) - Especificaciones y métodos de prueba"

Figura 5 - 21: Colores para la calidad de vainilla

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### 5.5.6. Certificación para la Producción y Comercialización Orgánica CERES

La certificadora orgánica CERES, es un organismo internacional de inspección y certificación de alimentos ecológicos, textiles medioambientales y sostenibles por lo que evalúa y acredita los diferentes procesos de producción y comercialización ya que estos son indispensables para garantizar una competencia equitativa entre los productos, lo que les otorga un valor adicional. Al incrementar la transparencia y rastreabilidad en cada fase de la producción, se ofrece un perfil definido para la comercialización de dichos productos. Como resultado, se refuerza la confianza en la seguridad alimentaria y en las prácticas ambientales responsables asociadas a la producción (CERES,2022).

Para adquirir los certificados orgánicos se debe seguir los siguientes pasos:

- 1) Contactar a la empresa.
- 2) Revisión de la solicitud.

- 3) Aprobación de la solicitud.
- 4) Oferta.
- 5) Elaboración del plan de manejo orgánico.
- 6) Acciones correctivas.
- 7) Acordar inspección.
- 8) Contrato.
- 9) Inspección.
- 10) Informe de inspección.
- 11) Evaluación de informe de inspección.
- 12) Acciones correctivas.
- 13) Revisión y toma de decisión.
- 14) Factura final.
- 15) Certificado o negativa de certificación.
- 16) Ampliaciones de alcance de certificación.
- 17) Reducciones de alcance de certificación.

### 5.6. Estudio ambiental

A continuación, se presenta la siguiente matriz en la que se establece el efecto ambiental, así como la mitigación propuesta para los diferentes casos y su explicación.

*Tabla 5 – 30: Matriz de efecto ambiental.*

<b>Causa</b>	<b>Efecto Ambiental</b>	<b>Mitigación Propuesta</b>
<b>Uso de Energía</b>	Consumo elevado de energía	Utilizar energías renovables
<b>Control de Clima</b>	Posible emisión de gases	Implementar tecnologías limpias
<b>Uso de Agua</b>	Consumo excesivo de agua	Implementar sistemas de riego eficientes
<b>Uso de Fertilizantes</b>	Contaminación del suelo y agua	Utilizar fertilizantes orgánicos
<b>Control de Plagas</b>	Impacto en la biodiversidad	Utilizar métodos de control biológico
<b>Construcción de Invernadero</b>	Impacto en el paisaje y hábitat	Planificación y diseño sostenible
<b>Desechos y Residuos</b>	Generación de residuos	Implementar prácticas de reciclaje
<b>Transporte y Logística</b>	Emisiones de gases de efecto invernadero	Utilizar transporte eficiente y sostenible

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Uso de Energía:** Los invernaderos pueden consumir mucha energía, especialmente si se utilizan luces y calefacción. La mitigación puede incluir el uso de energías renovables como la solar o la eólica.

**Control de Clima:** La regulación de la temperatura y la humedad puede llevar a emisiones. La tecnología limpia y eficiente puede reducir este impacto.

**Uso de Agua:** La irrigación en un invernadero puede ser intensiva en agua. Los sistemas de riego eficientes y la recolección de agua de lluvia pueden ayudar a mitigar este efecto.

**Uso de Fertilizantes:** Los fertilizantes químicos pueden tener un impacto negativo en el suelo y el agua, por lo cual la mejor opción es utilizar los abonos orgánicos y las prácticas de cultivo sostenible logrando amenorar esta consecuencia.

**Control de Plagas:** El control químico de plagas puede afectar la biodiversidad, por otro lado, los métodos de control biológico son una alternativa sostenible.

**Construcción de Invernadero:** La ubicación y el diseño del invernadero pueden tener un impacto en el entorno local, por lo tanto, se investigó que la planificación cuidadosa y el croquis sostenible pueden minimizar este impacto.

**Desechos y Residuos:** La gestión adecuada de los residuos, incluyendo el compostaje y el reciclaje, puede reducir el impacto ambiental.

**Transporte y Logística:** La selección de modos de transporte eficiente y sostenible puede reducir las emisiones relacionadas con la logística.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio financiero es la herramienta más utilizada para analizar una idea de negocio o proyecto, tomando como bases requerimientos económicos esenciales para el funcionamiento de la empresa. Para lo cual se plantea el análisis de los costos, gastos e ingresos, parámetros que permiten determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto a desarrollar. Con esta información será posible tomar decisiones estratégicas a futuro.

#### 6.1. Estructuración económica del negocio

##### 6.1.1. Plan de inversiones

El plan de inversiones considerado para la estructura económica del proyecto serán los rubros de activos fijos e intangibles:

##### Activos fijos

Los bienes de larga duración que se requieren para la operación de la empresa serán la infraestructura, muebles y equipos de oficina, los medios de computación etc. A continuación, se registra los bienes que estarán inmersos en la operación de la empresa.

*Tabla 6 - 31: Activos Fijos*

Activos fijos	Valores
Invernadero	\$ 16.000,00
Edificios	\$ 150,00
Equipo de oficina	\$ 3.238,00
Equipo de computo	\$ 2.366,00
Muebles y Enseres	\$ 3.238,00
Maquinaria y equipo	\$ 13.683,00
<b>Total activos Fijos</b>	<b>\$ 38.675,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Como se observa, no existen construcciones adicionales, pues la empresa cuenta con áreas disponibles donde se instalarán los equipos para el procesamiento, comercialización y el invernadero que se requiere.

##### Activos diferidos

A su vez se consideran algunos activos diferidos que forman parte de los procesos empresariales que aportan a la creación de la empresa:

*Tabla 6 - 32: Activos diferidos*

Activos Diferidos	Valores
Constitución de la empresa	\$800,00
Instalaciones eléctricas: conexiones de 220 voltios (5). Puntos de conexión, cableado, caja de brakers. Tomas de internet. Tomas eléctricas 120 voltios	\$1.300,00
Publicidad previa al funcionamiento	\$2.000,00
Permisos y certificados	\$8.100,00

Adecuaciones del invernadero	\$2.000,00
<b>Total activos diferidos</b>	
	<b>\$8.100,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### Depreciaciones

Las depreciaciones se establecen de acuerdo con las NIC 16 que detalla la norma internacional para propiedad planta y equipo a su vez se toma en consideración las apreciaciones de Zapata sobre la depreciación de los plásticos. Normativas que se aplicaron en el estudio.

**Tabla 6 - 23: Depreciación**

Activos Fijos	Valor	Número de Años	Valor residual = 10%	Dep. año 1	Dep. año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Dep. año 5	Dep. año 6	Dep. año 7	Saldo en Libros
Invernadero	\$ 16.000,00	10	\$ 1.600,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 5.920,00
Equipo de computo	\$ 2.366,00	3	\$ 236,60	\$ 709,80	\$ 709,80	\$ 709,80	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 236,60
Muebles y Enseres	\$ 3.238,00	10	\$ 323,80	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 291,42	\$ 1.198,06
Maquinaria y equipo	\$ 13.683,00	10	\$ 1.368,30	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 1.231,47	\$ 5.062,71
<b>Total, depreciación</b>				<b>\$ 3.672,69</b>	<b>\$ 3.672,69</b>	<b>\$ 3.672,69</b>	<b>\$ 2.962,89</b>	<b>\$ 2.962,89</b>	<b>\$ 2.962,89</b>	<b>\$ 2.962,89</b>	<b>\$ 12.417,37</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### Capital de trabajo

Los rubros contables de costos de producción, administrativos, de ventas y financieros se detallan posteriormente. A continuación, se presenta el capital de trabajo que deberá considerar la empresa para su operación.

**Tabla 6 - 34: Total de inversión**

Inversiones Requeridas	Valores
Total, activos Fijos	\$ 38.675,00
Total, activos diferidos	\$ 8.100,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.699,28
<b>Total, de la Inversión</b>	<b>\$ 48.474,28</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### Inversiones

En base a la información previa se tiene los totales de la inversión requerida.

#### 6.1.2. Créditos bancarios

Se considera el crédito bancario y el financiamiento de la empresa como se detalla en el siguiente apartado y se presenta la tabla de amortización en el anexo 4:

**Tabla 6 - 35: Financiamiento**

Capital	%	Monto	Tasa de interés	KP
Capital propio	27,30251	\$ 16.000,00	7,43%	2,03%

Capital ajeno	72,69749	\$	32.474,28	12,00%	8,72%
Riesgo del inversionista					5,00%
<b>Total</b>		<b>\$</b>	<b>48.474,28</b>		<b>15,75%</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### 6.1.3. Presupuestos

#### Costos de producción

Para determinar los costos de producción se han considerado primeramente los costos de siembra y cosecha, para posteriormente determinar los costos específicamente de la comercialización.

**Tabla 6 - 37: Costo de producción y cantidad**

Detalle	UNIDAD			
VENTAS VERDE (50 gramos)	\$	8.333,33	Funda	\$ 5,00
VENTAS BENEFICIADAS	\$	5.000,00	Funda	\$ 7,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>13.333,33</b>		<b>\$ 12,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 6 - 39: Sueldos operativos**

Cantidad	Cargo	Sueldo Básico	Total
1	Operario	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Gerente general	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Asistente/contador	\$ 450,00	\$ 450,00
	<b>Total</b>		<b>\$ 1.400,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### 6.1.4. Presupuesto de gastos

A continuación, se detalla los rubros del presupuesto de gastos y se toma en consideración los gastos operativos, administrativos y de ventas. A continuación, se detallan la nómina del personal de operativo.

#### Sueldos

Los gastos complementarios dentro del rubro operativo serán:

**Tabla 6 - 40: Resumen de gastos operativos**

CAPITAL DE TRABAJO ADM Y VENTAS	VALOR
Gastos administrativos	\$ 6.000,00
Gastos de ventas	\$ 5.400,00
Gastos financieros	\$ 3.591,38
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 14.991,38</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

#### Salarios administrativos

Los sueldos administrativos se detallan a continuación:

**Tabla 6 - 41: Sueldos administrativos**

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Gerente general	Persona	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Utilidades de oficina	Resma	6	\$ 6,00	\$ 36,00
<b>TOTAL COSTO DE ADMINISTRACIÓN:</b>				<b>\$ 6.036,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Como parte de la operación administrativa se requieren los siguientes rubros que aportan a la ejecución de las actividades internas:

**Tabla 6 – 42: Resumen de gastos administrativos**

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Salarios administrativos	\$ 500,00	\$6.000,00
Gastos generales	\$9.228,00	\$110.736,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$116.736,00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Los ingresos proyectados de acuerdo con la demanda establecida serán:

**Tabla 6 - 41: Ingresos proyectados**

<b>Detalle</b>	<b>CANT.</b>	<b>U</b>	<b>Precio de Venta P.V.P</b>	<b>Ingresos Año 1</b>	<b>Ingresos Año 2</b>	<b>INGRESO AÑO 3</b>	<b>INGRESO 4 AÑO</b>	<b>INGRESO 5 AÑO</b>	<b>INGRESO 6 AÑO</b>	<b>INGRESO 7 AÑO</b>					
VENTAS VERDE (50 gramos)	\$8.333,33	Funda	\$ 5,00			\$ 41.666,67	54 %	\$ 47.916,67	54 %	\$ 55.104,17	54 %	\$ 63.369,79	54 %	\$ 72.875,26	54 %
VENTAS BENEFICIADAS	\$5.000,00	Funda	\$ 7,00			\$ 35.000,00	46 %	\$ 40.250,00	46 %	\$ 46.287,50	46 %	\$ 53.230,63	46 %	\$ 61.215,22	46 %
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.333,33</b>		<b>\$ 12,00</b>			<b>\$ 76.666,67</b>		<b>\$ 88.166,67</b>		<b>\$ 101.391,67</b>		<b>\$ 116.600,42</b>		<b>\$ 134.090,48</b>	

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

### **6.1.5. Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

Los estados de perdida de ganancias proyectado se establecen de acuerdo con los datos de crecimiento anual, para la proyección se considera un incremento del 5%.

**Tabla 6 - 42: Estado de pérdidas y ganancias proyecta.**

Periodos	AÑO 1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%	AÑO 4	%	AÑO 5	%	AÑO 6	%	AÑO 7	%
<b>VENTAS</b>	\$ 0	100%	\$ 0	100%	\$ 76.667	100%	\$ 88.167	100%	\$ 101.391,67	100%	\$ 116.600,42	100%	\$ 134.090,48	100%
<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 5.525	0,00%	\$ 5.400	0,00%	\$ 46.000	60,00%	\$ 52.900	60,00%	\$ 60.835	60,00%	\$ 69.960	69%	\$ 60.835	60%
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	-\$ 5.525	0,00%	-\$ 5.400	0,00%	\$ 30.667	40,00%	\$ 35.267	40,00%	\$ 40.556,67	40,00%	\$46.640,17	46%	\$73.255,48	72%
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>								0,00%		0,00%		0%		0%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6.036		\$ 6.036		\$ 6.036	7,87%	\$ 6.036	6,85%	\$ 6.036,00	5,95%	\$ 6.036,00	6%	\$ 6.036,00	6%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.591		\$ 3.042		\$ 2.493	3,25%	\$ 1.944	2,21%	\$ 1.395,38	1,38%	\$ 846,38	1%	0	0%
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.800		\$ 1.800		\$ 1.800	2,35%	\$ 1.800	2,04%	\$ 1.800,00	1,78%	\$ 1.800,00	2%	\$ 297,38	0%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	-\$ 16.952		-\$ 16.278		\$ 20.337	26,53%	\$ 25.486	28,91%	\$ 31.325,29	30,90%	\$ 37.957,79	37%	\$ 66.922,10	66%
15% TRABAJADORES	\$ 0		\$ 0		\$ 0	0,00%	\$ 0	0,00%	\$ 0,00	0,00%	0	0%	0	0%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	-\$ 16.952		-\$ 16.278		\$ 20.337	26,53%	\$ 25.486	28,91%	\$ 31.325,29	30,90%	\$ 37.957,79	37%	\$ 66.922,10	66%
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0		\$ 0		\$ 0	0,00%	\$ 0	0,00%	\$ 0,00	0,00%	0	0%	0	0%
<b>UTILIDAD NETA</b>	-\$ 16.952		-\$ 16.278		\$ 20.337	26,53%	\$ 25.486	28,91%	\$ 31.325,29	30,90%	\$ 37.957,79	37%	\$ 66.922,10	66%

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Se observa que existen ganancias desde un primer año, mismas que se incrementan anualmente.

### 6.1.6. Flujo de caja de inversión

El flujo de caja de inversión se centra en el inversionista para ello se considera los rubros del préstamo a obtener, y el mecanismo utilizado para evaluar la rentabilidad desde la inversión realiza como se muestra en el siguiente apartado:

**Tabla 6 - 43:** Flujo de caja de inversión

Datos	Utilidades	depreciación	Valor de Salvamento	Flujos Neto de caja
Inversión Inicial	\$ 48.474,28			\$ 48.474,28
Año 1 =	-\$ 16.952,38	\$ 3.672,69	\$ 0,00	-\$ 13.279,69
Año 2 =	-\$ 16.278,38	\$ 3.672,69	\$ 0,00	-\$ 12.605,69
Año 3 =	\$ 20.337,29	\$ 3.672,69	\$ 0,00	\$ 24.009,98
Año 4 =	\$ 25.486,29	\$ 2.962,89	\$ 0,00	\$ 28.449,18
Año 5 =	\$ 31.325,29	\$ 2.962,89	\$ 0,00	\$ 34.288,18
Año 6 =	\$ 37.957,79	\$ 2.962,89	\$ 0,00	\$ 40.920,68
Año 7 =	\$ 66.922,10	\$ 2.962,89	\$ 1.368,30	\$ 71.253,29

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

## 6.1 Evaluación Financiera del negocio

### 6.1.7. Cálculo del VAN y la TIR del inversionista

Para calcular el VAN es necesario primeramente determinar la TMAR (tasa mínima aceptable de retorno. La cual se obtendrá mediante los porcentajes de interés que corresponden al capital propio y al capital de crédito y el riesgo que asume el inversionista.

**Tabla 6 - 43:** Cálculo de la TMAR

Capital	%	Monto	Tasa de interés	KP
Capital propio	27,30251	\$ 16.000,00	7,43%	2,03%
Capital ajeno	72,69749	\$ 32.474,28	12,00%	8,72%
Riesgo del inversionista				5,00%
<b>Total</b>		<b>\$48.474,28</b>		<b>15,75%</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

Para determinar la viabilidad se consideran los criterios del VAN y la TIR.

El VAN permite calcular la diferencia entre los ingresos y los pagos previsibles en el tiempo para conocer la rentabilidad. La TIR se obtienen calculando las cantidades que no se han retirado, a continuación, se detalla la rentabilidad.

**Tabla 6 - 44:** Cálculo del VAN y la TIR del inversionista

Valor Actual Neto (VAN)	
Kp=	15,75%
Inversión Inicial	\$ 48.474,28

Año	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Valor Actualizado
1	\$ -13.279,69	0,8639139036090	\$ -11.472,50
2	\$ -12.605,69	0,7463472328490	\$ -9.408,22
3	\$ 24.009,98	0,6447797513783	\$ 15.481,15
4	\$ 28.449,18	0,5570341919813	\$ 15.847,17
5	\$ 34.288,18	0,4812295832382	\$ 16.500,49
6	\$ 40.920,68	0,4157409277875	\$ 17.012,40
7	\$ 71.253,29	0,3591643678149	\$ 25.591,64
	Flujo Actualizado		\$ 69.552,13
	(-) Inversión Inicial		\$ 48.474,28
	<b>VAN1</b>		<b>\$ 21.077,85</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 6-45 Tasa Interna de Retorno**

Tasa Interna de Retorno (TIR)					
Morona - Ecuador					
	<b>Kp=</b>	15,75%		<b>Kp=</b>	25,00%
	<b>Inversión Inicial</b>	\$ 48.474,28			
Año	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Valor Actualizado	Factor de Actualización	Valor Actualizado
1	\$ -13.279,69	0,8639139036090	\$ -11.472,50	0,8000000000000	\$ -10.623,75
2	\$ -12.605,69	0,7463472328490	\$ -9.408,22	0,6400000000000	\$ -8.067,64
3	\$ 24.009,98	0,6447797513783	\$ 15.481,15	0,5120000000000	\$ 12.293,11
4	\$ 28.449,18	0,5570341919813	\$ 15.847,17	0,4096000000000	\$ 11.652,78
5	\$ 34.288,18	0,4812295832382	\$ 16.500,49	0,3276800000000	\$ 11.235,55
6	\$ 40.920,68	0,4157409277875	\$ 17.012,40	0,2621440000000	\$ 10.727,11
7	\$ 71.253,29	0,3591643678149	\$ 25.591,64	0,2097152000000	\$ 14.942,90
	Flujo Actualizado		\$ 69.552,13	Flujo Actualizado	\$ 42.160,07
	(-) Inversión Inicial		\$ 48.474,28	(-) Inversión Inicial	\$ 48.474,28
	<b>VAN1</b>		<b>\$ 21.077,85</b>	<b>VAN 2</b>	<b>\$ -6.314,21</b>

$$\text{TIR} = r_1 + (r_2 - r_1) * (\text{VAN1} / \text{VAN1} - \text{VAN2})$$

$$\text{TIR} = 22,868\%$$

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

La tasa de rentabilidad será del 22,868% determinando que el proyecto es viable y atractivo para la empresa.

**Tabla 6-46 Razón beneficio Costo**

Razón B / C =	Flujo Neto de caja Actualizado
	Inversión Inicial
<b>Razón B / C =</b>	\$ 69.552,13
	\$ 48.474,28
<b>Razón B / C =</b>	\$ 1,43

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**Tabla 6-47 Punto de Equilibrio**

producto	cantida d unidad/ venta	P V P	costo variable unitario	%venta	contribución marginal unitario	contribución marginal ponderada	ventas totales	contribuc ión total
Ventas en verde	8,333.33	5	1.73	63%	3.27	2.04	41,666.67	\$ 27,250.00
Ventas beneficiadas	5,000.00	7	2.88	38%	4.12	1.55	35,000.00	\$ 20,600.00
<b>TOTAL</b>	<b>13,333.3</b>	<b>3</b>	<b>4.61</b>	<b>100%</b>	<b>7.39</b>	<b>3.59</b>	<b>76,666.67</b>	<b>\$ 47,850.00</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES 1764.785789**

63%	\$	1,102.99	\$ 5,514.96
38%	\$	661.79	\$ 4,632.56
<b>TOTAL</b>			<b>\$10,147.52</b>

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

**PUNTO DE EQUILIBRIO \$ 10,147.52**

Realizado por: Pesantez M, Nugra M, 2023

El análisis de equilibrio es una técnica de uso muy generalizado en la planeación de las utilidades, de las ventas y en consecuencia de la producción. El punto de equilibrio es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables.

Lo cual indica que para que la empresa pueda tener ganancia, debe vender más de 10,147.52 anualmente.

## **CONCLUSIÓN**

El análisis de factibilidad es una herramienta económica financiera que contribuye a determinar la viabilidad técnica, legal y financiera de realizar o establecer una empresa de producción y comercialización de la vainilla orgánica en el mercado. Una vez que se analiza los conceptos y teorías se da validez a la herramienta y se establecen los lineamientos que serán necesarios para la puesta en marcha del proyecto en estudio.

Se ha explorado el mercado como un elemento fundamental para el desarrollo del negocio, según los hallazgos, se determina que hay una demanda del 17,841.00 que es la población económicamente activa lo que tiene un rango de 18 a 65 años, por lo cual se ha calculado la muestra obteniendo como resuelto 376 personas interesadas en el producto y una oportunidad en el mercado que pueden ser capitalizadas mediante la introducción de un producto con gran potencial en el sector productivo. La vaina de vainilla es un producto que ha ganado popularidad en el consumo, especialmente debido a su carácter orgánico, lo que aumenta aún más su potencial. Los criterios de evaluación financiera permitieron identificar la viabilidad y rentabilidad de la empresa, Con respecto al TIR la tasa de rentabilidad será del 22,86% determinando que el proyecto es viable y atractivo para la empresa con un VAN de 21,077.85 y con un punto de equilibrio 10,147.52.

Finalmente, la introducción del programa genérico facilitará la automatización de la rápida y eficiente recopilación de información sobre cada producto que entra y sale de la empresa. Esto posibilitará la gestión eficaz de los recursos, considerando diversos análisis económicos y logrando así la viabilidad financiera.

## **RECOMENDACIÓN**

Es aconsejable que la empresa Villa Vainilla lleve a cabo estrategias de marketing para promocionar sus diversos productos, con el fin de ampliar su base de clientes.

Es importante que obtenga la certificación sanitaria para todos los productos permitiendo vender los productos a comerciales teniendo una mayor ganancia.

Establecer alianza con otros pequeños productores logrando crecer la economía de la parroquia Sevilla Don Bosco.

Adquirir la certificación de exportación con el objetivo de que la empresa pueda crecer económicamente de una mejor manera ya que las vainas de vainilla orgánica afuera del país tienen un precio alto.

Para mejor manejo de la orquídea se recomienda que se mantenga actualizados de los diferentes procesos orgánicos logrando una eficiencia y eficacia en el momento de sustraer el extracto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abhishek, S. (2019). Organic Vanilla Market Size, Share, Demand, Competitors Strategy, Regional Analysis and Growth. *Market Research Future* , 2(3), 1-29.
- AGEXPORT, & AGROCafta. (2023). *FICHAS TÉCNICAS REGIONALES DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de NOMBRE: VAINILLA: [http://portal.export.com.gt/portal/clientes/fichas\\_tecnicas/Vainilla.pdf](http://portal.export.com.gt/portal/clientes/fichas_tecnicas/Vainilla.pdf)
- Álvarez-Indacochea, A., Figueroa-Soledispa, M., & Peñafiel-Loor, P. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. La importancia de la mercadotecnia y sus componentes en las organizaciones.
- Banerjee, G., & Chattopadhyay, P. (2019). Vanillin biotechnology: the perspectives and future. *Sci Food Agric. Jan 30;99(2):*, 499-506. DOI: 10.1002/jsfa.9303.
- Baqueiro, I., & Guerrero, J. (2017). (Vanilla planifolia Andr.), its residues and other industrial by-products for recovering high value flavor molecules: A review. *Journal of Applied Research on Medicinal and Aromatic Plants*, 6, 1-9.
- Bárcenas, J., & Velasco, E. (2022). *Transformación digital educativa*. SOMECE.
- Bataller, A. (2018). *La gestión de proyectos*. Editorial UOC.
- BCS Öko Garantie . (2019). Obtenido de Reglamento General para la Certificación de Productos Agropecuarios Ecológicos (Versión 22). Recuperado el 26 de junio de 2023, de: [https://www.kiwa.com/globalassets/latam/d-col\\_08-001-reglamento-general-para-la-certifica](https://www.kiwa.com/globalassets/latam/d-col_08-001-reglamento-general-para-la-certifica)
- Burbano, V., Valdivieso, M., & Burbano, A. (2022). *El pensamiento aleatorio y los sistemas de datos*. UPTC .
- Chambers, A., Moon, P., Edmond, V., Bassil, V., & Valdes, D. (2019). Cultivo de vainilla en el sur de Florida. *EDIS*, 418, 8-8.
- Delgado, R., & Vérez, M. (2020). El estudio de factibilidad en la gestión de los proyectos de inversiones . *Revista Activos*, 13(24) , 177-196.
- Díaz de Rada, V., Domínguez, J., & Pasadas del Amo, S. (2019). *Internet como modo de administración de encuestas*. CIS.
- EFE: VERDE . (2019). Vainilla, el “oro verde” de la Amazonía ecuatoriana. *EFE: VERDE* , 28, 1-3.
- El comercio . (01 de 07 de 2019). Actualidad . *Macas, Morona Santiago, requiere un plan de ordenamiento territorial*, págs. 1-3.
- Forero, E., & Molina , J. (2022). *Estudio de viabilidad para la construcción de una planta física para la empresa Obra Cubierta S.A.S. bajo el estándar del PMI*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás, Bucaramanga-División de Ingenierías y Arquitectura - División de Ingenierías y Arquitectura . Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/44443/2022ForeroEder.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Fred, D. (2022). *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Education.
- Fundación Pachamama. (2021). *Guía para el cultivo de vainilla en sistema chaka amazonica*. GITEC .
- GAD PARROQUIAL SEVILLA DON BOSCO. (2021). *Rendición de Cuentas* . GAD PARROQUIAL SEVILLA DON BOSCO.
- GAD Provincial Morona Santiago. (2020). *Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019*. GAD Provincial Morona Santiago.
- GAD Provincial Morona Santiago. (2020). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2015-2019*. GAD Provincial Morona Santiago.
- Google Maps . (01 de 01 de 2023). *Ubicación Macas* . Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Macas/@-2.3116535,-78.1227489,14z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d20f5e5c178825:0x2309c4619946ac5c!8m2!3d-2.3074378!4d-78.1202307!16zL20vMDhkdnFz>
- Guevara, E., Arroyo, J., & Lozada, M. (2018). *PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA ORGÁNICA*. Tesis de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Universidad Autónoma de Puebla.
- Hoyos, J. (2022). *Plan financiero para start-ups*. ESIC.
- INEC. (2010). *Fascículo provincial Chimborazo, Azuay y Morona* . Ecuador.
- Infomercado . (2022). Ocho empresas impulsan cultivo de vainilla en Ecuador. *Infomercado Ecuador logo*, 1-3.
- Kadir, N., Naher, L., & Sidek, N. (2019). Economic important phytopathogenic diseases in Vanilla. *J. Trop. Resour. Sustain. Sci*, 7(77-82), 2.
- Lexpro. (12 de 01 de 2021). *Asesoría Legal en materia societaria* . Obtenido de Servicios : <https://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- MAPS, G. (s.f.). *GOOGLE*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-1.8264166,-78.098123,7z?entry=ttu>
- Martău, G., Călinoiu, L.-F., & Vodnar, D. (2021). Bio-vanillin: Towards a sustainable industrial production. *Trends in Food Science & Technology: Volume 109, March* , 579-592. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.01.059>.
- Medina, I. (2022). *La extraordinaria y valiosa vainilla que se produce en Ecuador*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/el-chat/vainilla-ecuador-produccion-mujeres-valor/#:~:text=La%20vainilla%20crece%20en%20estado%20silvestre%20en%20las,el%20%20%20%20lugar%20de%20Ecuador%20donde%20crece%20vainilla>.
- Méndez, R. (2023). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* . Ecoe.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social del Ecuador. (2023). *En la parroquia Sevilla Don Bosco, el MIES impulsa a usuarias del BDH a emprender sus propios negocios*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de <https://www.inclusion.gob.ec/en-la-parroquia-sevilla-don-bosco-el-mies-impulsa-a-usuarias-del-bdh-a-emprender-sus-propios-negocios/>

- Ministerio de Salud . (2013). *Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano*. Ediciones Legales .
- Mohanty, N., Singh, D., Hota, A., & Kumar, S. (2019). Cultivation of cash crops under automated greenhouse using internet of things IoT. In *2019 International Conference on Communication and Signal Processing ICCSP*. Estados Unidos : Communication and Signal Processing ICCSP.
- Moreno, L., Rodríguez, H., Litardo, R., & Almeida, I. (2021). Efecto de bioestimulantes sobre el crecimiento de la vainilla . *Revista Científica ECOCIENCIA*, 95, 1-14.
- Munshi, E. (2020). *Framework for Sustainable Vanilla Cultivation in Madagascar. Master of Environmental Management degree in the Nicholas School of the Environment of Duke University*. Durham, NC, USA: Duke University.
- Nel Quezada, L. (2021). *Metodología de la investigación*. Marcombo .
- Noboa, C. (2019). ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA DISTRIBUCIÓN INDIRECTA PARA LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA PRODUCTOS ORGÁNICOS CHIMBORAZO SUMAK LIFE CÍA. LTDA., CIUDAD DE RIOBAMBA. *Revista Escuela Superior Politécnica de Chimborazo* , 1-104.
- OEC. (11 de 08 de 2020). *Observatorio de la Complejidad Económica*. Obtenido de <https://oec.world/es/profile/hs/vanilla>
- Ortiz, M., Gonzáles, D., & Giraldo, M. (2020 ). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte.
- Pansarin, E. (2022). Vanilla flowers: much more than food-deception Get access Arrow. *Botanical Journal of the Linnean Society, Volume 198, Issue 1, January, 57–73* DOI: <https://doi.org/10.1093/botlinnean/boab046>.
- Peña-Barrientos , A., Perea-Flores, M., Martínez-Gutiérrez , H., Patrón-Soberano, O., González-Jiménez, F., Vega-Cuellar, M., & Dávila-Ortiz, G. (2023). Physicochemical, microbiological, and structural relationship of vanilla beans (*Vanilla planifolia*, Andrews) during traditional curing process and use of its waste. *Journal of Applied Research on Medicinal and Aromatic Plants Volume 32, February, Online:* <https://doi.org/10.1016/j.jarmap.2022.100445>.
- Porras, E. (2013). *Estudio de mercado para la comercialización nacional e internacional de vainilla natural (Vanilla tahitiensis)* . Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Ingeniera en Agroempresa.
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Universidad Adventista del Plata.
- Quintana, M., & Aguilar, J. (2020). Desarrollo de cultivos sostenibles de vainilla en Ecuador. *Revista de Investigación Talentos*, 7(1), 71-79. doi:<https://talentos.ueb.edu.ec/index.php/talentos/article/view/201/308>
- Rahman, K., Bin-Thaleth, M., Kutty, G., & Subramanian, R. (2019). Pilot scale cultivation and production of *Vanilla planifolia* in the United Arab Emirates. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 25(6), 1143–1150. doi: <https://www.researchgate.net/profile/Ramachandran-Subramanian->

3/publication/338116652\_Pilot\_scale\_cultivation\_and\_production\_of\_Vanilla\_planifolia\_in\_the\_United\_Arab\_Emirates/links/5e005fa392851c836493c0cb/Pilot-scale-cultivation

- RAISG. (2020). *Vainilla, el "oro verde" de la Amazonía ecuatoriana*. Obtenido de <https://www.raisg.org/es/radar/vainilla-el-oro-verde-de-la-amazonia-ecuatoriana/>
- Ramírez, J., & Calles, R. (2021). *Manual de metodología de la investigación en negocios internacionales*. ECOE .
- Ramos, J., Águila, I., & Bazalar, A. (2020). *Estadística básica para los negocios*. Universidad de Lima.
- Registro Civil. (2021). *Informe de rendición de cuentas*. Obtenido de [https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/Informe\\_Morona.pdf](https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/Informe_Morona.pdf)
- Rivadeneira, S. (2013). Plan de exportacion de vaina de vainilla (Materia de la EMPRESA KALLARI ciudad del Tena, provincia del Napo hacia Berlin -Alemania . *Revista Escuela Superior Politécnica de Chimborazo* , 1-117.
- Rodríguez, M. (2022). Plan de negocios para la producción de vainilla en la empresa SAR's Vanilla SRL. *Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña*, 1-113.
- Rodríguez, M. L. (2022). *Plan de negocios para la producción de vainilla en la empresa SAR's Vanilla SRL*. Repositorio RI-UNPHU.
- Rodríguez, M., Aguilar, N., Gheno, Y., & Armas, A. (2023). Cultivo de vainilla en México: Tipología, características, producción, prospectiva agroindustrial e innovaciones biotecnológicas como estrategia de sustentabilidad. *Scientia Agropecuaria*, 14(1), 93-109.
- Rojas, S., Ramírez, B., Díaz, M., Pizano, J., & Rodríguez, C. (2021). La producción de vainilla (Vanilla planifolia) en México: análisis y pronóstico. *Rev. Mex. Cienc. Agríc*, 1-21.
- Rosenfeld, M., & Camilo, J. (2017). *Plan de negocios para producción de Vainilla de Tahití (Vanilla tahitensis) en Santo Domingo de los Colorados, Ecuador, con fines de exportación*. Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana.
- Rubio-Godoy, M. (2022). *"Un Jardín Etnobiológico: ampliando los horizontes del Jardín Botánico Francisco Javier Clavijero en Xalapa, Veracruz*. Instituto de de Ecología, A.C.
- RUC. (15 de 06 de 2021). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
- Sánchez, G., & Dauahare, A. (2023). *Tesis y otras modalidad de titulación: Estrategias metodológicas*. UNAM .
- Sarmiento, J., Gutiérrez, Ó., & Garzón, D. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. UPTC.

- Sensu, D. (2019). *Estudio de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de lácteos en la Parroquia Sevilla Don Bosco*. Macas-Ecuador : Escuela Politécnica Superior del Chimborazo.
- Shnarch, A. (2019). *Marketing para emprender* . Ediciones U .
- Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2019). Plan estratégico 2018-2025 programa nacional corredores biológicos de Costa Rica. *Agencia de Cooperación de Alemania (GIZ)*, 1-128.
- SRI. (2022). *Declaración y Pago del impuesto*. Ecuador: SRI.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2019). *Fundamentos de Marketing* . McGraw Hill.
- Stavoren Trading Co. (2023). *The History of Vanilla*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de <https://www.stavorentesting.com/pages/vanilla-history>
- Straits Research. (2021). *Vanilla Market*. Recuperado el 9 de Mayo de 2023, de Market Overview: <https://straitresearch.com/report/vanilla-market#:~:text=Market%20Overview,USD%20%2C854.99%20million%20in%202021>.
- Superintendencia de Compañías. (13 de 02 de 2021). *Sociedades Privadas*. Obtenido de Requisitos: <file:///C:/Users/1/Downloads/REQUISITOS%20PARA%20INSCRIPCI%C3%93N%20O%20ACTUALIZACI%C3%93N%20SOCIEDADES%20RUC.pdf>
- The Daily Gardener. (17 de December de 2020). *Pollination of Vanilla*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de Charles François Antoine Morren: <https://thedailygardener.org/otb20201217/>
- Villela , F., de Oliveira, M., & López, E. (2021). Distribución espacial de Vanilla bahiana(Orchidaceae) en dos fitofisnomías de restinga. ¿El patrón espacial varía? *Collectanea Botanica* 40: e001. Enero-Diciembre, 1-12. DOI: <https://doi.org/10.3989/collectbot.2021.v40.001>.
- Vivar, C. (2015). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS TRADICIONALES (AMARANTO, OCA, MASHUA, QUINUA, JÍCAMA, CHOCHOS, TRIGO) DE LA CHACRA ANDINA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO DENTRO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA . *Repositorio ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*, 1-130.
- Wahyudi, A., Ermiami, E., & Sujianto, S. (2023). Analysis of sustainability ranking of vanilla cultivation systems in West Java, Indonesia. *International Conference on Modern and Sustainable Agriculture (ICOMSA)*. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 1133 - 012062, 1-11. . doi:DOI: doi:10.1088/1755-1315/1133/1/012062
- Watteyn, C., Fremout, T., Karremans, A., Pillco, R., Azofeifa, J., Reubens, B., & Muys, B. (2020). Vanilla distribution modeling for conservation and sustainablecultivation in a joint land sparing/sharing concept. *Ecosphere* , 11(3), 1-18. doi:e03056. 10.1002/ecs2.3056
- Wulandari, S. (2021). Investment risk management for vanilla agribusiness development . *E3S Web of Conferences*, 232.

**Total 75 referencias bibliográficas.**

## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA

Se está realizando un estudio de mercado sobre la demanda de adquirir vainilla orgánica en vainas en la ciudad de Macas, la cual ayudará a determinar la disponibilidad de este producto en su localidad.

Agradecemos por su colaboración, especificando con una X su respuesta preferida.

**1. ¿Conoce usted la vainilla en vainas?**

Sí

No

**2. ¿Ha adquirido alguna vez vainilla en vainas?**

Sí

No

**3. ¿Con qué frecuencia le gustaría comprar la vainilla en vainas?**

Muy Frecuente

Frecuente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

**4. ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de vainilla a través de la web?**

Sí

No

**5. ¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir el producto?**

Fundas

Frasco de vidrio

Frasco de plástico

Empacado al vacío



**6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 2 a 3 vainas de vainilla orgánica?**

5 dólares

6 dólares

7 dólares

8 dólares

**7. ¿A través de que medio considera que podría informarse de la promoción de la vainilla en vainas?**

Anuncios en la Radio

Anuncios en la Televisión

Anuncios en Redes Sociales (Facebook, Instagram, etc)

**8. ¿Qué considera usted al momento de adquirir el producto?**

Precio

Calidad

Las dos opciones

**9. ¿Le gustaría recibir un catálogo de los productos que ofrece “Villa Vainilla”**

Muy Frecuente

Frecuente

Nunca

**10. ¿Estaría usted dispuesto a realizar compras de productos de “Villa Vainilla” a través de la web?**

Si

No

**11. ¿Qué tan complicado le resulta a usted el uso de la vainilla en vainas en preparaciones económicas?**

Muy difícil

difícil

Muy fácil

fácil

**12. ¿Consideras que la cantidad del producto está considerable al precio de venta?**

Si

No

Gracias por responder esta encuesta. Sus respuestas serán de gran ayuda para el desarrollo de un proyecto de investigación acerca de la comercialización de vainas de vainilla orgánica.

## ANEXO B: REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS

### Medidores de humedad



Medidor Halogeno De Humedad De Alimentos Keet Incl Iva

U\$S 1.550

Hasta 12 cuotas  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Tarqui, Guayaquil  
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: 1 unidad (8 disponibles)

[Comprar ahora](#)

### Balanza eléctrica



Balanza De Precisión - Radwag Ps 4500.x2

U\$S 1.050

### Estufa de secado

USD\$1200.00



### Contenedores herméticos



## Empaquetadora industrial



Empacadora Al Vacío Msa 500 Industrial Trabajo Continuo.

U\$S 2.300

Envío gratis

## Equitadora industrial



Impresora Termica De Etiquetas Adhesivas Brother QI-800 E

U\$S 219<sup>99</sup>

## Escritorios



Escritorio Elegante  
Contemporáneo

U\$S 180

## Sillas giratorias



Silla Oficina Escritorio  
Ergonómica Ejecutiva.

U\$S 99

## Archivadores



Cajoneras Archivadores  
Metálicos Muebles De...

U\$S 75



## Mesa metálica



Mesa De Acero Inoxible

U\$S 700

Usado

## Sillas



Silla Plegable Para Eventos [♥](#)  
O Exterior Resistente  
U\$S 21

## Mesas de centro



Mesa De Centro Moderna  
Color Rustico O Nogal  
U\$S 85

## Computadoras



Computador Cpu Core I5  
12va 12gb Ssd 512 Gb Le...  
U\$S 560

## Software



Sistema De Facturación -  
Punto De Venta Kit...  
U\$S 1.200

## Impresora/ copiadora



Impresora Epson Ecotank  
L4260  
U\$S 266  
[Envío gratis](#)

## Teléfonos



Teléfono Inalámbrico  
Panasonic 2 Bases +...  
U\$S 89<sup>99</sup>

## Cámaras de seguridad



Camara Seguridad Bolide  
Ip 360 Grados Fish Eye...  
U\$S 1.166

**ANEXO C: DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN**

Activos Fijos	Valor	Número de Años	Valor residual = 10%	Depreciación año 1	Depreciación año 2	Depreciación año 3	Depreciación año 4	Depreciación año 5	Depreciación año 6	Depreciación año 7	Saldo en Libros
Invernadero	\$ 16,000.00	10	\$ 1,600.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 5,920.00
Equipo de computo	\$ 2,366.00	3	\$ 236.60	\$ 709.80	\$ 709.80	\$ 709.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 236.60
Muebles y Enseres	\$ 3,238.00	10	\$ 323.80	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 291.42	\$ 1,198.06
Maquinaria y equipo	\$ 13,683.00	10	\$ 1,368.30	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 1,231.47	\$ 5,062.71
<b>Total depreciación</b>				<b>\$ 3,672.69</b>	<b>\$ 3,672.69</b>	<b>\$ 3,672.69</b>	<b>\$ 2,962.89</b>	<b>\$ 2,962.89</b>	<b>\$ 2,962.89</b>	<b>\$ 2,962.89</b>	<b>\$ 12,417.37</b>

Activos Fijos	Valor	Número de Años	Amortización Año 1	Amortización Año 2	Amortización Año 3	Amortización Año 4	Amortización Año 5	Amortización Año 6	Amortización Año 7
Constitución de la empresa	\$ 800.00	5	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	0	0
Instalaciones eléctricas: conexiones de 220 voltios (5). Puntos de conexión, cableado, caja de brakers.	\$ 1,300.00	5	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 260.00	0	0
Tomas de internet. Tomas eléctricas 120 voltios	\$ 2,000.00	5	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	0	0
Publicidad previa al funcionamiento	\$ 2,500.00	5	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	0	0
Permisos y certificados	\$ 1,500.00	5	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	0	0
Adecuaciones del invernadero									
<b>Total amortización</b>			<b>\$ 1,620.00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>				

**ANEXO D: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO**

**DATOS**

**C=** \$ 32,025.00  
**t=** 7 AÑOS  
**i=** 12.00% anual  
**m=** 12 Mensuales

Fecha	Detalle	CAPITAL PERIODICO	INTERES PERIODO	MONTO PERIODICO	SALDO INSOLUTO
1/1/22	PRESTAMO		\$ -	\$ -	\$ 32,025.00
31/1/22	cuota # 1 /84	\$ 381.25	\$ 320.25	\$ 701.50	\$ 31,643.75
2/3/22	cuota # 2 /84	\$ 381.25	\$ 316.44	\$ 697.69	\$ 31,262.50
1/4/22	cuota # 3 /84	\$ 381.25	\$ 312.63	\$ 693.88	\$ 30,881.25
1/5/22	cuota # 4 /84	\$ 381.25	\$ 308.81	\$ 690.06	\$ 30,500.00
31/5/22	cuota # 5 /84	\$ 381.25	\$ 305.00	\$ 686.25	\$ 30,118.75
30/6/22	cuota # 6 /84	\$ 381.25	\$ 301.19	\$ 682.44	\$ 29,737.50
30/7/22	cuota # 7 /84	\$ 381.25	\$ 297.38	\$ 678.63	\$ 29,356.25
29/8/22	cuota # 8 /84	\$ 381.25	\$ 293.56	\$ 674.81	\$ 28,975.00
28/9/22	cuota # 9 /84	\$ 381.25	\$ 289.75	\$ 671.00	\$ 28,593.75
28/10/22	cuota # 10 /84	\$ 381.25	\$ 285.94	\$ 667.19	\$ 28,212.50
27/11/22	cuota # 11 /84	\$ 381.25	\$ 282.13	\$ 663.38	\$ 27,831.25
27/12/22	cuota # 12 /84	\$ 381.25	\$ 278.31	\$ 659.56	\$ 27,450.00
26/1/23	cuota # 13 /84	\$ 381.25	\$ 274.50	\$ 655.75	\$ 27,068.75
25/2/23	cuota # 14 /84	\$ 381.25	\$ 270.69	\$ 651.94	\$ 26,687.50
27/3/23	cuota # 15 /84	\$ 381.25	\$ 266.88	\$ 648.13	\$ 26,306.25
26/4/23	cuota # 16 /84	\$ 381.25	\$ 263.06	\$ 644.31	\$ 25,925.00
26/5/23	cuota # 17 /84	\$ 381.25	\$ 259.25	\$ 640.50	\$ 25,543.75
25/6/23	cuota # 18 /84	\$ 381.25	\$ 255.44	\$ 636.69	\$ 25,162.50
25/7/23	cuota # 19 /84	\$ 381.25	\$ 251.63	\$ 632.88	\$ 24,781.25
24/8/23	cuota # 20 /84	\$ 381.25	\$ 247.81	\$ 629.06	\$ 24,400.00
23/9/23	cuota # 21 /84	\$ 381.25	\$ 244.00	\$ 625.25	\$ 24,018.75
23/10/23	cuota # 22 /84	\$ 381.25	\$ 240.19	\$ 621.44	\$ 23,637.50
22/11/23	cuota # 23 /84	\$ 381.25	\$ 236.38	\$ 617.63	\$ 23,256.25
22/12/23	cuota # 24 /84	\$ 381.25	\$ 232.56	\$ 613.81	\$ 22,875.00
21/1/24	cuota # 25 /84	\$ 381.25	\$ 228.75	\$ 610.00	\$ 22,493.75
20/2/24	cuota # 26 /84	\$ 381.25	\$ 224.94	\$ 606.19	\$ 22,112.50
21/3/24	cuota # 27 /84	\$ 381.25	\$ 221.13	\$ 602.38	\$ 21,731.25

---

20/4/24	cuota # 28 /84	\$	381.25	\$	217.31	\$	598.56	\$	21,350.00
20/5/24	cuota # 29 /84	\$	381.25	\$	213.50	\$	594.75	\$	20,968.75
19/6/24	cuota # 30 /84	\$	381.25	\$	209.69	\$	590.94	\$	20,587.50
19/7/24	cuota # 31 /84	\$	381.25	\$	205.88	\$	587.13	\$	20,206.25
18/8/24	cuota # 32 /84	\$	381.25	\$	202.06	\$	583.31	\$	19,825.00
17/9/24	cuota # 33 /84	\$	381.25	\$	198.25	\$	579.50	\$	19,443.75
17/10/24	cuota # 34 /84	\$	381.25	\$	194.44	\$	575.69	\$	19,062.50
16/11/24	cuota # 35 /84	\$	381.25	\$	190.63	\$	571.88	\$	18,681.25
16/12/24	cuota # 36 /84	\$	381.25	\$	186.81	\$	568.06	\$	18,300.00
15/1/25	cuota # 37 /84	\$	381.25	\$	183.00	\$	564.25	\$	17,918.75
14/2/25	cuota # 38 /84	\$	381.25	\$	179.19	\$	560.44	\$	17,537.50
16/3/25	cuota # 39 /84	\$	381.25	\$	175.38	\$	556.63	\$	17,156.25
15/4/25	cuota # 40 /84	\$	381.25	\$	171.56	\$	552.81	\$	16,775.00
15/5/25	cuota # 41 /84	\$	381.25	\$	167.75	\$	549.00	\$	16,393.75
14/6/25	cuota # 42 /84	\$	381.25	\$	163.94	\$	545.19	\$	16,012.50
14/7/25	cuota # 43 /84	\$	381.25	\$	160.13	\$	541.38	\$	15,631.25
13/8/25	cuota # 44 /84	\$	381.25	\$	156.31	\$	537.56	\$	15,250.00
12/9/25	cuota # 45 /84	\$	381.25	\$	152.50	\$	533.75	\$	14,868.75
12/10/25	cuota # 46 /84	\$	381.25	\$	148.69	\$	529.94	\$	14,487.50
11/11/25	cuota # 47 /84	\$	381.25	\$	144.88	\$	526.13	\$	14,106.25
11/12/25	cuota # 48 /84	\$	381.25	\$	141.06	\$	522.31	\$	13,725.00
10/1/26	cuota # 49 /84	\$	381.25	\$	137.25	\$	518.50	\$	13,343.75
9/2/26	cuota # 50 /84	\$	381.25	\$	133.44	\$	514.69	\$	12,962.50
11/3/26	cuota # 51 /84	\$	381.25	\$	129.63	\$	510.88	\$	12,581.25
10/4/26	cuota # 52 /84	\$	381.25	\$	125.81	\$	507.06	\$	12,200.00
10/5/26	cuota # 53 /84	\$	381.25	\$	122.00	\$	503.25	\$	11,818.75
9/6/26	cuota # 54 /84	\$	381.25	\$	118.19	\$	499.44	\$	11,437.50
9/7/26	cuota # 55 /84	\$	381.25	\$	114.38	\$	495.63	\$	11,056.25
8/8/26	cuota # 56 /84	\$	381.25	\$	110.56	\$	491.81	\$	10,675.00
7/9/26	cuota # 57 /84	\$	381.25	\$	106.75	\$	488.00	\$	10,293.75
7/10/26	cuota # 58 /84	\$	381.25	\$	102.94	\$	484.19	\$	9,912.50
6/11/26	cuota # 59 /84	\$	381.25	\$	99.13	\$	480.38	\$	9,531.25
6/12/26	cuota # 60 /84	\$	381.25	\$	95.31	\$	476.56	\$	9,150.00

---

5/1/27	cuota # 61 /84	\$ 381.25	\$ 91.50	\$ 472.75	\$ 8,768.75
4/2/27	cuota # 62 /84	\$ 381.25	\$ 87.69	\$ 468.94	\$ 8,387.50
6/3/27	cuota # 63 /84	\$ 381.25	\$ 83.88	\$ 465.13	\$ 8,006.25
5/4/27	cuota # 64 /84	\$ 381.25	\$ 80.06	\$ 461.31	\$ 7,625.00
5/5/27	cuota # 65 /84	\$ 381.25	\$ 76.25	\$ 457.50	\$ 7,243.75
4/6/27	cuota # 66 /84	\$ 381.25	\$ 72.44	\$ 453.69	\$ 6,862.50
4/7/27	cuota # 67 /84	\$ 381.25	\$ 68.63	\$ 449.88	\$ 6,481.25
3/8/27	cuota # 68 /84	\$ 381.25	\$ 64.81	\$ 446.06	\$ 6,100.00
2/9/27	cuota # 69 /84	\$ 381.25	\$ 61.00	\$ 442.25	\$ 5,718.75
2/10/27	cuota # 70 /84	\$ 381.25	\$ 57.19	\$ 438.44	\$ 5,337.50
1/11/27	cuota # 71 /84	\$ 381.25	\$ 53.38	\$ 434.63	\$ 4,956.25
1/12/27	cuota # 72 /84	\$ 381.25	\$ 49.56	\$ 430.81	\$ 4,575.00
31/12/27	cuota # 73 /84	\$ 381.25	\$ 45.75	\$ 427.00	\$ 4,193.75
30/1/28	cuota # 74 /84	\$ 381.25	\$ 41.94	\$ 423.19	\$ 3,812.50
29/2/28	cuota # 75 /84	\$ 381.25	\$ 38.13	\$ 419.38	\$ 3,431.25
30/3/28	cuota # 76 /84	\$ 381.25	\$ 34.31	\$ 415.56	\$ 3,050.00
29/4/28	cuota # 77 /84	\$ 381.25	\$ 30.50	\$ 411.75	\$ 2,668.75
29/5/28	cuota # 78 /84	\$ 381.25	\$ 26.69	\$ 407.94	\$ 2,287.50
28/6/28	cuota # 79 /84	\$ 381.25	\$ 22.88	\$ 404.13	\$ 1,906.25
28/7/28	cuota # 80 /84	\$ 381.25	\$ 19.06	\$ 400.31	\$ 1,525.00
27/8/28	cuota # 81/84	\$ 381.25	\$ 15.25	\$ 396.50	\$ 1,143.75
26/9/28	cuota # 82/84	\$ 381.25	\$ 11.44	\$ 392.69	\$ 762.50
26/10/28	cuota # 83/84	\$ 381.25	\$ 7.63	\$ 388.88	\$ 381.25
25/11/28	cuota # 84/84	\$ 381.25	\$ 3.81	\$ 385.06	\$ -
		<b>\$ 32,025.00</b>	<b>\$ 13,610.63</b>	<b>\$ 45,635.63</b>	

## *ANEXO E: INFORME DE LABORATORIO*

Para presentar el informe de laboratorio correspondiente al estudio de factibilidad de producción y comercialización de la vainilla orgánica en la parroquia Sevilla Don Bosco, con el objetivo de poder ayudar en los diferentes procesos contables.

Se establece los requerimientos y módulos de aplicación correspondiente al proyecto.

### Requerimiento

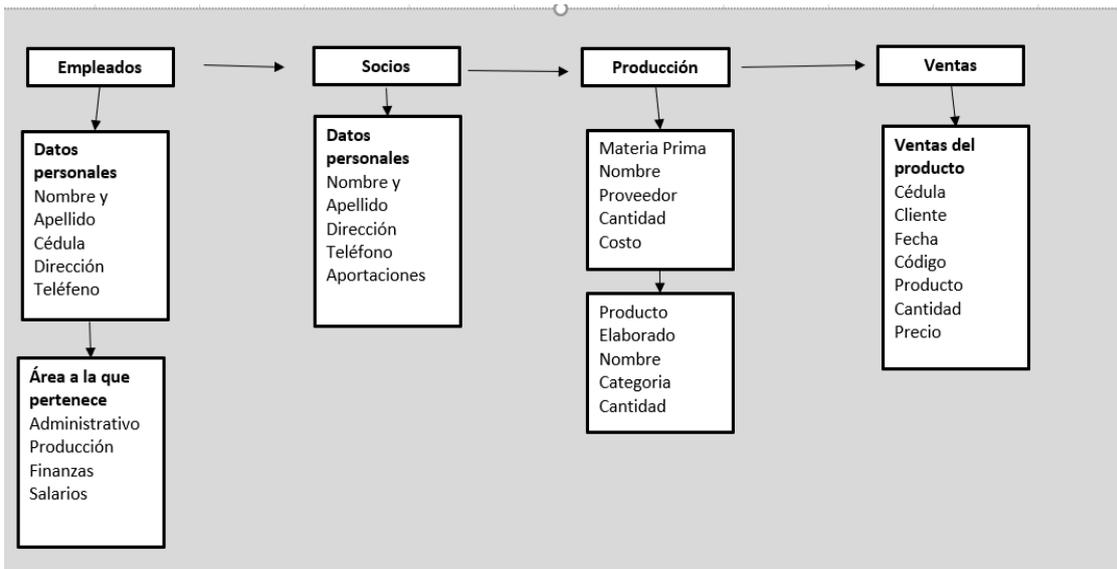
- a. Empeados
- b. Socios
- c. Producción
- d. Ventas

### Módulos

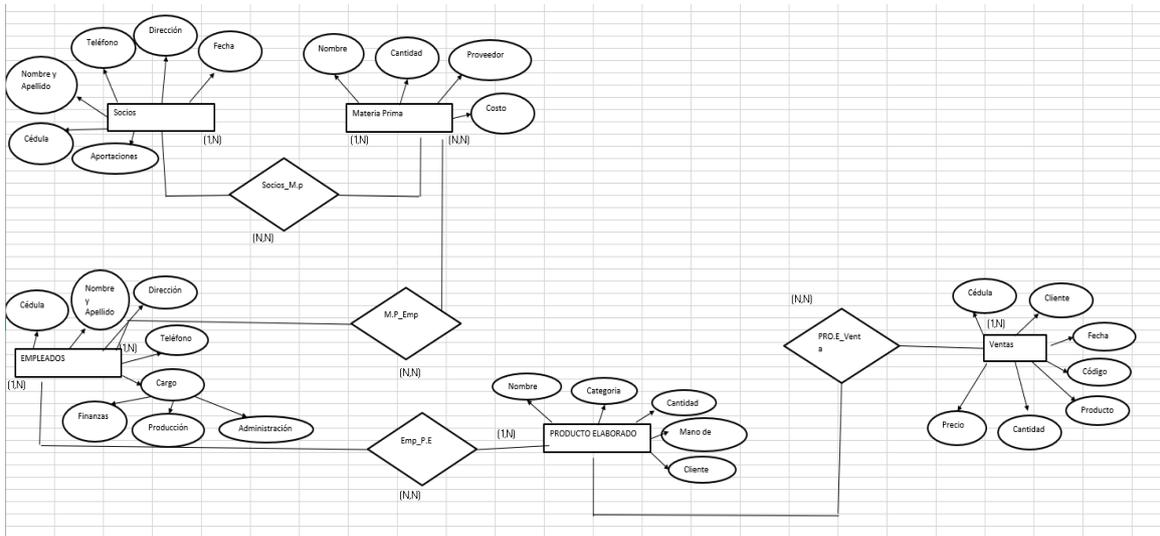
- a. Empeados (Mano de Obra)
- b. Socios (Inversionistas, Beneficiarios)
- c. Producción (Materia Prima, Producto final)
- d. Ventas (Comercialización del producto)

<b>NRO. REQUERIMIENTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>MODULO</b>
RF1	Registro de los empleados de la producción	Alta	Empeados
RF2	Registro de las comisiones y salarios	Alta	Empeados
RF3	Área de donde pertenece el trabajador	Media	Empeados
RF5	Registro de los socios	Alta	Asociación
RF6	Aportación económica de los socios	Alta	Asociación
RF7	Tipo de las aportaciones de socios	Alta	Asociación
RF8	Registro de materia prima	Alta	Producción
RF11	Registro del costo de la materia prima	Alta	Producción
RF9	Registro de producto elaborados	Alta	Producción
RF10	Registro de la venta	Alta	Ventas
RF11	Producto de venta	Alta	Ventas

Se realiza el diseño (interfaz y navegación) de los requerimientos con los formatos a nuestra elección.



Después de tener el diseño procedemos a realizar el modelo conceptual, el cual nos servirá para los pasos posteriores









REGISTRO DE VENTAS							
CEDULA	CLIENTE	FECHA	CODIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1400845874	mityam	45124	V001	le Whisky con Caviar de	3	192.25	576.75
TOTAL					3		576.75

Para el siguiente paso se realiza el diseño del menú con los temas correspondientes a las tablas.



Seguidamente se coloca las macros correspondientes a las tablas según el menú, donde cada una se abre según como se selecciona en este caso seleccionaremos ficha de procesamiento, esta nos dirigirá directamente a esa tabla.



REGISTRO DE PRODUCCIÓN		
FECHA	CÓDIGO M.P.	EXISTENCIAS
31/7/23	AA10	0
	MATERIA PRIMA	
	Fundas Corrugadas	
	CANTIDAD	
	20	
	P.UNITARIO	
	#(DIV/01	
	P.TOTAL	
	#(DIV/01	
	FECHA	
	31/7/23	
	CÓDIGO	
	V002	
	PRODUCTO	
	Vainas Beneficiadas de Vainilla	
	CANTIDAD	
	3	
	P.UNITARIO	
	#(DIV/01	
	P.TOTAL	
	#(DIV/01	

Igualmente tenemos las macros de procesamiento las cuales no ayudan a realizar de forma ágil la inserción de datos. A continuación, se detalla:

La macro de “GUARDAR” en la hoja de formato de socios nos ayuda al registro de los datos de los socios en la tabla..... de acuerdo con los datos previamente inscrito.

REGISTRO DE SOCIOS	
FECHA	31/7/23
CEDÚLA	
NOMBRE Y APELLIDO	
INVERSIÓN	
DIRECCIÓN	
TELÉFONO	

La macro “GUARDAR” en la hoja formato Empleados ayuda a registrar los datos de los empleados en la tabla..... de acuerdo con los datos llenados.

REGISTRO DE EMPLEADOS	
CÉDULA	1725536054
NOMBRE Y APELLIDO	Dessiy Grande
CARGO	Contadora
SUELDO	850
DIRECCIÓN	cuenca
TELÉFONO	990739391

La macro “REGISTRAR COMPRA” en la hoja ficha de compras nos ayuda a registrar los datos de las compras de materia prima a proveedores ya existentes las cuales se guardarán en la tabla..... la cual pertenece al Inventario de Materia Prima.

REGISTRO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA			
PROVEEDOR REGISTRADO		NUEVO PROVEEDOR	
CÉDULA	#N/A	CÉDULA	
PROVEEDOR		PROVEEDOR	
FECHA	31/7/23	TELÉFONO	
CÓDIGO	AA12	DIRECCIÓN	
PRODUCTO	Botella de Vidrio Ambar		
CANTIDAD			
P.UNITARIO			
P.TOTAL	0		

La macro “REGISTRAR NUEVO PROVEEDOR” en la hoja ficha de compras ayuda a registrar los datos de nuevos proveedores en la tabla ..... al igual que las compras de materia prima las cuales se guardarán en la tabla ..... la que pertenece al Inventario de Materia Prima.



La macro “REGISTRO PROCESAMIENTO” en la hoja de procesamiento ayuda a registrar la cantidad de productos que se fabrican a partir de la materia prima en la tabla..... que es el inventario de producto procesado, al igual esta macro permite registrar cuenta materia prima se utiliza y se guarda en la tabla.... para que de esa forma nuestro inventario se mantenga actualizado.



La macro “REGISTRO VENTAS” permite guardar los datos de las ventas que realizamos en la tabla .... la cual pertenece al registro de ventas, pero en este caso solo de clientes existentes los cuales tenemos registrados en la tabla.



La macro “REGISTRO NUEVO CLIENTE” permite ya registrar un nuevo cliente en la base de datos de clientes la cual está en la tabla.... y de igual manera permite registrar la venta realizada en la tabla, que es donde se obtiene la base de datos de las ventas realizadas.



En este caso de estudio se aplicó las diferentes validaciones como es longitud de texto para que tenga un límite de ingreso de los valores por ejemplo la cédula, teléfono no se puede insertar más de 10 dígitos.

<b>CÉDULA</b>	1401220353
---------------	------------

<b>TELÉFONO</b>	990739391
-----------------	-----------

Otra validación que se aplicó fue la fecha para que se pueda ingresar solo fechas de un periodo contable, es decir del 01/01/2023 hasta 31/12/2023.

<b>FECHA</b>	31/7/23
--------------	---------



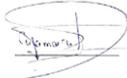
**epoch**

**Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 19 / 01 / 2024

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> PESANTEZ ORTEGA MIRYAM GISELA NUGRA SANCHEZ MISHELL GABRIELA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
 <b>Firma del Director del Trabajo de Titulación</b>  <b>Firma del Asesor del Trabajo de Titulación</b>

**0146-DBRA-UPT-2024**