



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA DE
PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN
DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS
EN LA PARROQUIA COLONCHE
DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: QUIMÍ GONZÁLEZ JIMMY RICARDO

TUTORA: ECON.IRENE PALACIOS BAÚZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA DE
PULPAS DE FRUTAS .PARA LA ELABORACIÓN
DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS
EN LA PARROQUIA COLONCHE
DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: QUIMÍ GONZÁLEZ JIMMY RICARDO

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BÁUZ, Msc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

UPSE

La Libertad, Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014”** elaborado por el Sr. JIMMY RICARDO QUIMÍ GONZÁLEZ, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Irene Palacios Báuz, Msc.

Tutora

DEDICATORIA.

Quiero dedicar éste noble y gran trabajo a mis padres especialmente a la Sra. Isabel González Guale, madre incondicional que me ha estado apoyando en todo momento en el transcurso de toda mi vida, dedico éste trabajo a mis amigos incondicionales Byron y Hernán, a mi tía Julia que estuvieron gran parte de mi carrera académica alentándome a no desmayar y continuar luchando por éste gran sueño alcanzado

Jimmy

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer ante todo a Dios Padre creador y La virgen de Guadalupe, por darme la vida y bendecirme durante mi vida, y por permitirte llegar hasta ésta etapa de mi vida , agradezco eternamente a mi Tutora : Eco. Irene Palacios Báuz que a más de ser una gran docente es una gran amiga que ha sabido guiarme de manera precisa en mi trabajo de titulación, y finalmente agradezco a mis padres y amigos por su apoyo incondicional...mil gracias

Jimmy

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE ESCUELA DE
INGENIERÍA COMERCIAL**

Econ. Irene Palacios Báuz, Msc.
PROFESOR –TUTOR

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA , AÑO 2014”

Autor: Jimmy Quimí González
Tutora: Econ. Irene Palacios Báuz, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad crear una empresa procesadora de pulpas de frutas para la elaboración de néctares y jugos cítricos en la Parroquia Colonche Provincia de Santa Elena en el año 2014, en busca de una solución a la problemática que enfrentan los 25 productores de frutas en ésta región peninsular que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la población y sus habitantes. La empresa a crearse que estará ubicada en la Comuna Palmar, estará comprometida con la comunidad y el medio ambiente, con el único objetivo de brindar oportunidades de ventas de sus cosechas a los productores a nuestra compañía, abriendo plazas de trabajos y sobre todo emplear un procedimiento acorde a las normas de calidad y medio ambiente para no causar gran impacto ambiental en el mismo. Mediante la ejecución de este proyecto se busca mejorar la calidad de vida de estas poblaciones rurales sumidas en el abandono y en la pobreza. Aprovechando los recursos naturales y las bondades de estas tierras. Con la implementación de esta fábrica se logrará ofrecer productos como néctares de mango y durazno y jugos envasados con sabor a maracuyá, naranja, limón y sandía productos frescos y de calidad que buscará posesionarse en el mercado local ,nacional , y posteriormente entrar en el mercado internacional cubriendo la demanda. A través de los instrumentos para la recopilación de datos se logró apreciar el gran interés por parte de la ciudadanía en adquirir nuestros productos lo que permite proyectarse como un proyecto de alcance, el mismo tiene una vida útil de 5 años, la inversión del proyecto asciende a los \$165010.83, dólares la que será solventada con un 75% por la C.F.N (corporación financiera nacional) y el 25% aportación es capital propio de la Familia Quimí González. Dentro de la evaluación financiera se demostró que producir néctares y jugos cítricos es rentable a juzgarse por los índices financieros obtenidos como resultados finales, una TIR del 30,46%, un VAN positivo que asciende a \$ 681 136.96, además que la inversión será recuperada en cinco años.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
TRIBUNAL DE GRADO	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÀFICOS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÒN	xiii
ÍNDICE DE IMÀGEN	xiv
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	2
Planteamiento del Problema	2
Ubicación del Problema	3
Delimitación del Problema	4
Formulación del problema.	4
Sistematización del problema	5
Justificación	6
Justificación Teórica	7
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos específicos	9
Hipótesis	9
Variable independiente	9
Variable dependiente	9
CAPÍTULO I	12
MARCO TÉORICO	12
1.1.- Antecedentes del tema	12
1.2.- Fundamentación teórica	17
1.3- Entorno político legal	28
1.7.1.- PIB del Sector	34
1.7.2.- Inflación	35
1.7.- Entorno Social	35
1.8.- Factor Tecnológico	35

CAPÍTULO II.....	39
2.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
2.1 Diseño	40
2.2 Modalidad	40
2.3 Tipos de investigación.....	41
2.4 Métodos de investigación.....	44
2.6.- Instrumentos de evaluación	46
2.7.- Población y muestra.....	49
Muestra.....	50
2.8 Procedimiento y procesamiento	52
CAPÍTULO III.....	53
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	53
3.1.- análisis de resultados de la encuesta	54
3.- conclusiones y recomendaciones	71
CAPÍTULO IV	73
CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS, EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014	73
1.1.- Anàlisis de la demanda	73
2.- Anàlisis de la oferta	76
2.2.- Demanda insatisfecha	80
3.-Marketing mix.....	81
3.2.- Precio	81
4. – Estudio técnico.....	90
4.5.- Descripción de los procesos.....	97
4.7.- Recursos tecnológicos.....	103
4.9.1.- Marco legal	108
4.13.- Estudio económico financiero	122
4.13.4.- Resumen de inversión inicial.....	124
4.14.- Financiamiento.....	124
4.15.- Proyección de ventas	128
4.16.- Proyección de costos de ventas.....	129
4.17.- Costos operativos.....	129
4.19.- Estado de resultado proyectado	135

4.20.- Flujo de caja proyectado	136
4.21.- Evaluación financiera del flujo	137
4.21.3.- Tasa interna de retorno (tir)	138
4.23.- Punto de equilibrio.....	140
4.24.- Escenario (optimista-probable-pesimista)	143
4.25.1.- Análisis de la situación ambiental	144
4.25.2.- Impacto ambiental.....	144
4.25.3.-Análisis socio económico del proyecto	145
CONCLUSIONES	146
RECOMENDACIONES	147
BIBLIOGRAFÍA	148
PÁGINAS WEB	149
GLOSARIO	150
ABREVIATURAS	152

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Variables.....	5
TABLA 2	Operacionalización de las variables	10
TABLA 3	Operacionalización de las variables	11
TABLA 4	Población.....	50
TABLA 5	Total de la muestra	52
TABLA 6	Nivel de consumo	54
TABLA 7	Frecuencia de consumo.....	55
TABLA 8	Adquisición del producto	56
TABLA 9	Gusto en sabores	57
TABLA 10	Preferencias en tamaño	58
TABLA 11	Gustos en envase	59
TABLA 12	Ocasiones de consumo	60
TABLA 13	Nivel de conocimiento sobre el tema.....	61
TABLA 14	Nivel de conocimiento del tema	61
TABLA 15	Nivel de aceptación	62
TABLA 16	Por que compraría el producto	63
TABLA 17	Aceptación del nuevo producto	64
TABLA 18	Apoyan la idea de negocio.....	65
TABLA 19	Relevancia del proyecto	66
TABLA 20	Nivel de importancia.....	67
TABLA 21	Posibles clientes.....	68
TABLA 22	Ubicación de la empresa.....	69
TABLA 23	Ubicación de la planta.....	70
TABLA 24	Tipos de demanda	73
TABLA 25	Proyección de la demanda	76
TABLA 26	Características del producto.....	81

TABLA 27	Canal óptimo	82
TABLA 28	Presupuesto de lanzamiento	84
TABLA 29	Presupuesto proyectado.....	85
TABLA 30	Presupuesto de infraestructura.....	94
TABLA 31	Capacidad instalada	94
TABLA 32	Consejo directivo	109
TABLA 33	Distribución de autoridades	109
TABLA 34	Inversión inicial	123
TABLA 35	Activos fijos	123
TABLA 36	Activos intangibles	124
TABLA 37	Financiamiento porcentual.....	124
TABLA 38	Amortización de la deuda	125
TABLA 39	Resumen de la deuda	128
TABLA 40	Proyección de las ventas.....	128
TABLA 41	Proyección de los costos de ventas	129
TABLA 42	Costos operativos	129
TABLA 43	Costos operativos proyectados	131
TABLA 45	Estado de resultado.....	135
TABLA 46	Flujo de caja	136
TABLA 47	Evaluación de situación inicial	139
TABLA 48	Punto de equilibrio	140
TABLA 49	Matriz de impacto del proyecto	143
TABLA 50	Análisis de impacto de medio ambiente.....	144
TABLA 51	Análisis de impacto socio-económico	145
TABLA 52	Plan de acción.....	153

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Nivel de consumo.....	54
GRÁFICO 2	Frecuencia de consumo	55
GRÁFICO 3	Adquisición del producto.....	56
GRÁFICO 4	Gusto en sabores	57
GRÁFICO 5	Preferencias en tamaño.....	58
GRÁFICO 6	Gustos en envase	59
GRÁFICO 7	Ocasiones de consumo	60
GRÁFICO 8	Nivel de aceptación	62
GRÁFICO 9	Por que compraría el producto	63
GRÁFICO 10	Aceptación del nuevo producto	64
GRÁFICO 11	Apoyan la idea de negocio	65
GRÁFICO 12	Relevancia del proyecto.....	66
GRÁFICO 13	Nivel de importancia	67
GRÁFICO 14	Posibles clientes	68
GRÁFICO 15	Ubicación de la empresa.....	69
GRÁFICO 16	Ubicación de la planta	70
GRÁFICO 17	Provincia de Santa Elena	75
GRÁFICO 18	Proceso de producción de néctares.....	97
GRÁFICO 19	Proceso de producción de jugos cítricos	98
GRÁFICO 20	Organigrama estructural	113

ÍNDICE DE ILUSTRACION

ILUSTRACIÓN 1 Frutas que se emplearán en el proceso.....	23
ILUSTRACIÓN 2 Portada del envase de vidrio	83
ILUSTRACIÓN 3 Portada del envase de plástico.....	83
ILUSTRACIÓN 4 Logo y slogan de la empresa.....	84
ILUSTRACIÓN 5 Matriz bcg.....	86
ILUSTRACIÓN 6 Matriz de implicación.....	87
ILUSTRACIÓN 7 Macro-segmentación	88
ILUSTRACIÓN 8 Fuerzas de Porter.....	89
ILUSTRACIÓN 9 Diseño de las oficinas	91
ILUSTRACIÓN 10 Diseño de la planta procesadora	92
ILUSTRACIÓN 11 Ubicación de la planta.....	96
ILUSTRACIÓN 12 Producción de Maracuyá	164
ILUSTRACIÓN 13 Entrevista a productor de maracuyá y sandía.....	164
ILUSTRACIÓN 14 Entrevista a productor de mango y naranjas	165
ILUSTRACIÓN 15 Encuesta en el cantón Salinas.....	165
ILUSTRACIÓN 16 Encuesta en el Cantón Santa Elena	166
ILUSTRACIÓN 17 Encuesta en el Cantón La Libertad.....	166

ÍNDICE DE IMÀGEN

IMÁGEN 1	Despulpadora	103
IMÁGEN 2	Codificadora	104
IMÁGEN 3	Mezcladora	105
IMÁGEN 4	Llenadora	106
IMÁGEN 5	Cerradora.....	107

INTRODUCCIÓN

Nuestro país está lleno de grandes riquezas naturales entre ellas riquezas frutícolas, las cuales en su mayoría solo son comercializadas como productos primarios sin aprovecharlos de la mejor manera como en la elaboración de productos terminados, por lo que se busca incentivar el desarrollo artesanal, el mismo que por medio de la industrialización permite añadirle un valor agregado al transformarlo de materia prima a un producto terminado, las frutas constituyen uno de los alimentos más sanos para el organismo, además son un grupo de alimentos indispensables para la salud y bienestar, especialmente por su aporte de fibra, vitaminas y minerales. Junto con las hortalizas y verduras, son fuente exclusiva de vitamina C, las distintas formas de prepararlas hace de ellas, productos de gran aceptación por parte de los consumidores.

Las frutas se localizan en la segunda grada de la pirámide de alimentos, es decir, que se recomienda ingerir de 2 piezas en niños y 4 piezas en el adulto al día, además su contenido en hidratos de carbono es más elevado que las verduras y ello las convierte en alimentos un poco más energéticos. Por consiguiente:

Son alimentos de bajo valor calórico, casi el 80% de su composición es de agua, y se recomienda en las dietas para obesidad, según la “Sociedad de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SDCA)” la fruta además de ser el postre por excelencia y de aportar colorido y belleza a nuestra mesa, la alimentación un pilar del equilibrio dietético y la seguridad de un aporte correcto de determinadas vitaminas.

En la Provincia de Santa Elena se producen 190 ha cosechadas de limón ,92 de mango, 33 de naranja, 24 de piña, 22 de mandarina, y 18 hectáreas de guayaba que están finalmente arrojan cientos de toneladas métricas de frutas que comúnmente no son aprovechadas en todo su esplendor.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Tema: “CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS, EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014.”

Planteamiento del Problema

En el Ecuador el mercado de producción de néctares de pulpas está creciendo considerablemente y por lo general están asentadas en la zonas andinas pero si logramos notar nuestra región Santa Elenense posee un gran territorio dedicada a la cosecha de frutas y hortalizas de periodos cortos ,al recorrer la ruta del Spondyllus encontramos la Parroquia Colonche un territorio de más de 500 km en donde se encuentran las poblaciones de Manantial de Guangala , Salanguillo , Clementina y Sevilla recintos donde la Producción de frutas frescas en bastante considerable y que por falta de conocimientos técnicos estas frutas son desperdiciadas incontrolablemente.

Los Pequeños productores en base a sus escasos conocimientos técnicos y a falta de apoyo gubernamental para distribuir de forma correcta y rentable sus productos optan por venderlas en precios muy bajos o finalmente regalarlas a su familiares es por ello que podemos observar en estas poblaciones el reducido progreso económico y social en su habitantes a pesar de contar con grandes extensiones de tierra para sembrar y cultivar sus frutos.

Al crear una empresa de producción de néctares de pulpa tanto de Naranja, Sandía, Maracuyá, Mango, y Limón, principales frutos que se cultivan en estas poblaciones. Lograremos aprovechar los recursos de los pequeños productores que dedican parte de sus vidas al cultivos de sus tierras , comprando toda la

producción de las frutas antes mencionadas en precios dignos y en base al esfuerzo de sus arduas labores , despertando gran interés en los moradores en incrementar el número de sembríos ya que contarían con un comprador directo a sus mercaderías a la vez que mejoraríamos la calidad de vida de estas comunidades fomentando fuentes de trabajo para cientos de familias.

Ubicación del Problema

Las Comunidades de: Manantial de Guangala, Salanguillo, Clementina y Sevilla se caracterizan por la gran producción de Mango, Maracuyá, Sandía, Naranja y limón que por lo general producen para los meses de Octubre y Noviembre según sus conocimientos empíricos que llevan en marcha desde hace décadas.

Estas Poblaciones poseen un número de habitantes que ascienden a 2500 personas en total de las cuales el 60% de ellos se dedican a la agricultura de Hortalizas y frutas como principal fuente de trabajo y medio para subsistir ya que al finalizar el ciclo de producción expenden sus frutas y hortalizas de manera informal y en pequeñas cantidades en los mercados locales y hasta en circunstancias de no lograr su ventas obsequiarlas a su pobladores , obteniendo como resultado cuantiosas pérdidas económicas y de tiempo para quienes se han dedicado meses en sembrío y cuidado de su tierras.

Al realizar un seguimiento a todos estos proceso logramos observar que la mayoría de su productores de estas grandes tierras son dueños de sus propios terrenos lo que favorece positivamente a los habitantes, entre las principales falencias que presentan en éste sector la poca la falta de capacitación para mejorar su cultivos, apoyo económico de las entidades gubernamentales que brinden créditos que ayuden a invertir en abonos y fertilizantes que mejoren el ciclo de producción de sus cosechas ,Poco conocimiento de canales de distribución para sus productos por sus conocimientos empíricos y por la falta de capacitación a los pequeños productores es un problema muy fuerte que se maneja a nivel rural.

Cabe recalcar que actualmente en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena existen aproximadamente unos 350 productores entre los que se destacan los productores de legumbres en ciclos cortos, frutas y paja toquilla, la mayoría asentados en las poblaciones rurales de la cabecera parroquial de Santa Catalina de Colonche, parcela de nuestro Cantón que por cientos de años se ha mantenido sumisa en la pobreza y en la escasez de los servicios básicos.

Delimitación del Problema

Campo: Empresarial.

Área: Producción.

Aspecto: Propuesta de Creación de Empresa

Propuesta: “Creación de una empresa procesadora de pulpas de frutas para la elaboración de néctares y jugos cítricos en la Parroquia Colonche en el Cantón Santa Elena, año 2014”

Problema: La ausencia de una empresa procesadora de Frutas para obtener como resultado Néctares de Pulpa de Frutas, hace que los pequeños productores vendan sus mercaderías en bajos costos y hasta el punto de regalar sus cosechas.

Delimitación temporal: la creación de una planta procesadora y envasadora de pulpas de frutas durante Mayo a Diciembre del 2013.

Delimitación poblacional: Esta fábrica la estaremos ubicando en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena cerca a las poblaciones de estudio lo estaremos aplicando en los recintos Manantial de Guangala, Sevilla Clementina puntos estratégicos de la Producción

Delimitación espacial: La zona Productora de Frutas.

Formulación del problema.

“¿De qué manera inciden las herramientas de distribución y comercialización en porcentaje de ventas para los pobladores de la Parroquia Colonche Provincia de Santa Elena?”

Lo que representa Específicamente el 40% en la Parroquia Colonche lo que demuestra que a través de los estudios de factibilidad que la creación de una empresa Procesadora y productora de jugos es muy rentable en la localidad, además de que a través de la compra directa de las mercaderías se beneficiarían directamente sus habitantes (agricultores) mejorando notablemente sus condiciones económicas.

Al realizar un seguimiento a este estudio logramos observar que la mayoría de los productores son dueños de grandes territorios lo que favorece positivamente a los pobladores, entre los grandes problemas que encontramos están:

- Falta de capacitación para mejorar sus cultivos
- Apoyo económico del gobierno o bonos que faciliten la compra de semillas

TABLA1 variables.

✓ Variable Independiente	✓ Herramientas de distribución y Comercialización
✓ Variable Dependiente	✓ Ventas

Fuente: variables del proyecto
Elaborado por: Jimmy Quimi González

Sistematización del problema

¿Cómo se identificaría la mejor herramienta de distribución y comercialización que ayude a la población de Colonche?

- ¿Cómo afecta las herramientas de distribución y comercialización en las ventas?
- ¿Qué consecuencia trae la falta de conocimiento en ventas para el mejoramiento de la parroquia Colonche?
- ¿Cómo se mejorará el porcentaje de ventas en la nueva propuesta de la zona?
- ¿Se podría mejorar las ventas con la creación de una planta de procesadora de pulpa de fruta para elaborar néctar y jugos cítricos en la Parroquia de Colonche?

Justificación

Este proyecto se ha desarrollado con el afán de aprovechar los recursos frutícolas que posee la Parroquia Colonche , como la gran demanda que mantienen las principales frutas en el sector ,tomando en cuenta la ventaja comparativa que los países subdesarrollados tienen sobre los otros países en relación a la existencia de variados suelos y climas que generan excepcionales condiciones para la agricultura, las riquezas agrícolas, pecuarias, la agroindustria vendría a ser un contribuyente al crecimiento de los mismos, orientándonos a elaboración de Néctares elaborados con la Pulpa de frutas como: mango, mandarina, maracuyá, naranja y Piña , la razón de ser de esta empresa, es ofrecer un producto que mantenga las características de la fruta.

En nuestra investigación vamos a utilizar conocimientos sustentados en la producción y control de la calidad a reconocer si la materia prima es considerablemente buena para la elaboración del producto final y crear paso a paso la industria en este sector para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación, acudiremos al empleo de métodos y técnicas de investigación más conocidos, vamos a utilizar la observación para analizar cuanto es el número de cosechas y de toneladas métricas que se producen en estas zonas. También se utilizará como técnicas de investigación encuestas dirigidas a los pobladores para determinar cuán importante es la creación de esta empresa y medir el porcentaje de aceptación del producto.

Quiero desarrollar esta investigación porque me interesa contribuir con el desarrollo económico de los pueblos y el avance y progreso de la Península toda. Con el desarrollo de nuestra investigación daremos soluciones a los problemas de distribución o canales de distribución de las mercaderías.

Justificación Teórica

En la actualidad no existe ninguna procesadora de néctares de pulpas de frutas en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, primordialmente en estas zonas que permitiría que los productores de estas zonas vendan directamente o entreguen de forma segura sus producciones de ciclo corto, estas frutas servirían para elaborar los Néctares en sus diferentes sabores como: Naranja, Mango, Limón, y Maracuyá.

De ésta forma beneficiaríamos a cientos de familias de bajos recursos económicos que tienen como única fuente de ingreso la siembra y cosecha de estos frutos y que al finalizar su ciclo estos frutos son desperdiciados o como consecuencia los dueños de estos sembríos sufren abusos de comerciantes que compran en precios mínimos y que por la baja condición económica de la Zona ceden por venderlas en precios muy bajos para esto se realizara el respectivo estudio de factibilidad para la creación de una planta envasadora de jugos néctares de pulpas, que a más de querer mejorar el motor económico de la Provincia y de la zona, pretende abrir cientos de fuentes de empleo ya sea para la construcción de sus instalaciones como también para el proceso que se llevará a cabo.

Justificación Práctica

En la actualidad los esfuerzos y estrategias que los negocios realizan para satisfacer las necesidades y gustos del cliente cada vez son mayores dándoles

servicios y productos innovadores, de buena calidad que vayan a la par o llegue a ser aún mejor que la competencia; en un mercado donde el ser competitivo es fundamental para seguir en él.

Donde se va a dirigir la producción de néctares de pulpas de frutas y Jugos cítricos es en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena pues para su producción, se necesita de la Frutas ya especificadas y es precisamente esta zona productora donde existe una gran producción de estas frutas que son desperdiciadas incontroladamente

Este tipo de sembrío se produce en este sector lo que permitirá impulsar al desarrollo económico de la zona y a la vez crear fuentes de trabajo, pues toda empresa tiene el deber de aportar a la sociedad y mediante este también alcanza sus objetivos que generan un beneficio total que da como resultado un desarrollo en todos los ámbitos los néctares y jugos cítricos a más de ser bebidas refrescantes que poseen un exquisito sabor, al ser producidas a base de frutas, además se busca brindar una alternativa diferente al consumidor para que pueda elegir, esto se obtendrá sujetándose al estudio de mercado el cual dará pautas a la empresa para desarrollarse el proyecto pretende demostrar la viabilidad de ofrecer jugos frescos, con sabores agradables y sobre todo elaborados bajo las normas y estándares de calidad.

Sin duda alguna nuestra gran meta de éste magno proyecto será cristalizar los sueños de muchos agricultores de estas zonas áridas de la Provincia que buscan desarrollarse, Técnica, y socioeconómicamente, con el afán de brindarles a sus familias lo que por años han soñado una vida digna con trabajo y que minimizaran varios factores que destruyen el autoestima y opacan el desarrollo de los pueblos y sus habitantes, este proyecto requiere de mucho esfuerzo y colaboración tanto del mentalizador como de los productores para en muy poco tiempo ver resultados.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la incidencia de las herramientas de distribución y comercialización en los porcentajes de ventas, mediante una investigación que involucre a los actores para la creación de una planta procesadora de pulpa de fruta para elaborar jugos cítricos en la parroquia Colonche del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

- ❖ Identificar como las ventas influyen en el desarrollo de la economía del sector en la Parroquia Colonche.
- ❖ Evaluar las herramientas de comercialización y distribución, adecuadas para aumentar las ventas de la empresa.
- ❖ Indicar como influyen la distribución y comercialización en las ventas.
- ❖ Establecer las mejores herramientas para el aumento de las ventas en la parroquia Colonche.
- ❖ Crear la planta procesadora de pulpa de fruta para elaborar jugos cítricos en la parroquia Colonche del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.

Hipótesis

La incidencia de las herramientas de distribución y comercialización en los porcentajes de ventas, mediante una investigación que involucre a los actores en la parroquia Colonche del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.

Variable independiente

- Herramientas de distribución y comercialización

Variable dependiente

- Ventas

TABLA 2 Operacionalización de las variables

Variables	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumentos
<p>Variable independiente</p> <p>Herramientas de distribución y Comercialización</p>	<p>Distribución es el circuito a través del cual los <u>fabricantes</u> (productores) ponen a disposición de los <u>consumidores</u> (usuarios finales) los <u>productos</u> para que los adquieran.</p> <p>Comercialización es la actividad de comercializar productos o servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado • Técnicas de comercialización • Sistema de Producción • Conjunto de actividades • Resultados de efectividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Características • Mayorista • Minorista • Consumidor final • Determinación de procesos • Mapa de procesos • Diseño de procesos • Almacenamiento • Recepción del producto • Distribución • Rentabilidad 	<p>¿Para qué tipo de ocasión consume jugos envasados?</p> <p>¿Consumen usted por lo general jugos envasados?</p> <p>¿Dónde compra por lo general los jugos envasado que usted consume?</p> <p>¿Conoce usted Si existe dentro de la provincia algún grupo o empresa que se dedique a la elaboración de jugos envasados?</p> <p>¿Qué presentación usted prefiere consumir?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

TABLA 3 Operacionalización de las variables

<p>Variable Dependiente</p> <p>Ventas</p>	<p>La acción y efecto de entregar un producto o servicio, a cambio de dinero u otro bien a una o más personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Recursos • Gestión • Financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Néctares de pulpa Jugos cítricos • Humanos • Materiales • Económicos • Clientes • Acceso al crédito • Proveedores • Presupuesto • Autogestión • Financiación 	<p>¿Generalmente ¿qué sabor de jugo envasado le gusta más a usted?</p> <p>¿Qué tipo de envase le agrada más a usted?</p> <p>¿Piensas que esta idea de negocio es?</p> <p>¿Si se creara una empresa Santa elenense que se dedique a la elaboración de jugos envasados usted compraría este producto?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>
--	--	---	---	---	-----------------------------------

Fuente: Operacionalización de las variables
Elaborado por: Jimmy Quimi González

CAPÍTULO I

MARCO TÉORICO

1.1.- ANTECEDENTES DEL TEMA

Ecuador es un país con una gran riqueza y diversidad frutícola, la misma que en su mayoría es solo comercializada como producto primario sin aprovecharla de mejor manera como en la elaboración de productos terminados, por lo que se busca incentivar el desarrollo artesanal, el mismo que por medio de la industrialización del producto permite añadirle un valor agregado al transformarlo de materia prima a un producto final.

La Costa Ecuatoriana posee varias zonas óptimas para la producción de Mango, Naranja, Limón, y maracuyá; zonas caracterizadas por un clima templado y fresco, y suelos con buen contenido de materia orgánica debido a las condiciones agro-ambientales del Ecuador ,la naranja, limón, mango y maracuyá no son cultivos estacionales en nuestro país; la cosecha es continua, la temperatura estable a lo largo del año y los prolongados periodos de luminosidad de la zona ecuatorial determinan, entre otros factores , que las frutas del Ecuador tengan un mejor desarrollo, lo que resulta en frutas de sabor agradable y apetitoso, además las Condiciones climáticas de las zonas de producción provee un medio relativamente libre de plagas y enfermedades, por lo que el cultivo requiere de menos insumos químicos, lo cual permite ofrecer al consumidor una fruta de excelente calidad.

Al cumplir los objetivos trazados por la empresa, dando la información requerida y se compruebe que existe una demanda insatisfecha el estudio de mercado es fundamental para la recopilación de datos y para la toma de decisiones.

En la actualidad el mercado y su estructura son factores predominantes para el desarrollo del proyecto.

La creación de la empresa procesadora de pulpas de frutas para elaborar néctares y jugos cítricos tiene como fin, proporcionar jugos y néctares de costos accesibles y de excelente calidad, la cual existe en el mercado pero no se cumple a gusto y preferencias de los consumidores, con precios elevados que permiten que la población prefieran consumir jugos naturales.

Las personas que adquieran este producto van a obtener un jugo de excelente calidad, agradable al paladar, para refrescarse en cualquier momento del día, o en el almuerzo familiar.

Como se conoce hoy en día a causa de factores sociales, las personas ingieren más jugos envasados más por cantidad que por calidad, sin importar cuánto esto afecte a su organismo. Realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la Provincia de Santa Elena. Con relación al consumo de jugos y néctares de frutas envasados, gustos preferencias entre otros puntos clave.

Estrategias de comercialización

Definición de comercialización

(Zeithm valarie -2009)

Conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa, el objetivo principal de comercializar es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el producto al consumidor.

Implica todas las actividades relacionadas con la venta, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importancia y exportación de productos, compra-venta de materias primas y de la mercancía al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de venta, pruebas de venta, logística, comprar, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamientos.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto o servicio es importante realizar una correcta investigación de mercado para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto servicio que ofrezca cumpla con este propósito.

Entre otras cosas comercializar productos y servicios incluye actividades como: el tele marketing, El email marketing, las ventas, técnicas de ventas, la publicidad, el marketing o mercado las ferias y exposiciones entre otras.

La comercialización es la que permite realizar una entrega de producto final al consumidor teniendo en cuenta diferentes características que no debemos de olvidar al momento de la entrega de la producción recordemos que en la comercialización se deben considerar diferentes enfoques que permitan que el consumidor quede complacido con el producto que recibe, para llevar a cabo una buena entrega es importante ejecutar una correcta investigación (pag#26)

Importancia de la comercialización

La comercialización es importante en la medida que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que medimos a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera actualmente (PIB). Sobre la base de esta convicción se ha defendido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo que podemos considerar universal: la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución. Esta creencia, sin embargo, no ha sido compartida por todos los países ni mucho menos aplicada. Por el contrario, el enfoque que más ha prevalecido en la historia económica ha sido el de limitar y regular los flujos de comercio en función de los intereses económicos, políticos y sociales del estado. El grado de intervención y limitación de los intercambios comerciales ha ido variando a lo largo de los tiempos.

La comercialización es una base importante para los diferentes agricultores y para todos los seres que realizan la entrega de bienes o productos o que se dedican a cualquier actividad comercial ya que esto permite incrementar los ingresos de las diversas comunidades y sobre todo permite el desarrollo socioeconómico del

mismo, De ésta manera la comercialización ayuda a incrementar los índices de los pobladores que ejercen dicha actividad.

Características de la comercialización

La comercialización es la investigación que abarca diferentes cualidades o características sobre las necesidades potenciales de un determinado negocio producto o servicio en una zona específica, es una tarea que incluye realización de encuestas o los potenciales consumidores, análisis de la zona del producto o negocio, competencia posible, poder adquisitivo de los habitantes de lugar hábitos de consumo. Las características de la comercialización comprenden diversos tipos que conllevan diferentes enfoques de indagación permitiendo conocer cuáles son los respectivos clientes potenciales.

Ventajas de la comercialización

Las ventajas de comercialización las podemos ver en los diferentes grupos de mercados como en el grupo agrícola se debe ver en que podemos controlar los precios para un nivel para que se aprueben las ventas, planificar el precio de los presupuestos sociales y en los subsidios para que se garantice los precios competitivos para que se exporten y la venta interna en las divisas, se favorecen en limitarse en los recursos de la prioridad para ubicarlos en las más eficientes y necesarios para los países de tener mayores beneficios.

Desventajas de la comercialización

Las desventajas de la comercialización pueden ser que eleven los precios y nos les permitan recuperar los gastos de producción, aunque que insatisfecha la demanda, La fijación de precios es la que matiza la información y la objetividad de un proceso en el proceso de producción. Otras de las desventajas puede ser la oferta que se vende con los diferentes tipos de precios podemos manifestar que las ventajas y desventajas se pueden determinar por los niveles de oferta y la

demanda al ver cuál de estos factores prevalece más en la comercialización de los productos que comercializan para la satisfacción de cada consumidor. Pero al final la comercialización siempre tiene un papel importante para que cada país pueda tener una actividad comercial.

Etapas de comercialización

El vendedor profesional debe seguir una metodología o una estructura en su trabajo. Esto tiene la ventaja para el de saber dónde se encuentra en todo momento durante la entrevista para poder subir y avanzar por los distintos escalones de la venta, lo que le ayudará a conseguir el éxito. Lo más importante de la estructura de la venta es la flexibilidad. Aquí los etapas más representativas (preparación de las actividades, determinación de necesidades, argumentación, tratamiento de objeciones, cierre, reflexión autoanálisis. Estas etapas deben ser estudiadas para que en la comercialización no se tenga ningún imprevisto y ambas partes ganen.

Definición de Ventas

función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como “toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”, la venta es donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones del precio la venta es una fuente primordial que permite satisfacer una necesidad al consumidor se debe manifestar que uno de los grandes éxitos son las ventas ya que es el motor principal para que una empresa tenga beneficios que satisfagan la inversión que se realiza para conseguir un negocio, la venta debe ser precisa y convencedora de lo que quiere ofertar para que se pueda concretar ésta.

Una característica es una cualidad que permite identificar a algo o alguien, distinguiéndolo de sus semejantes. Puede tratarse de cuestiones vinculadas al

carácter, la personalidad o lo simbólico, pero también del aspecto físico, las características, por lo tanto hacen el carácter propio y específico de una persona. Consideramos que la característica es una fuente primordial que califica a un producto describiéndolo de una forma detallada cuáles son sus beneficios y utilidad.

1.2.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Producción Agrícola

Concepto

La producción agrícola es un proceso que comienza con la preparación de la tierra, siembra, cuidados del cultivo y cosecha con el único y más importante fin de obtener un producto de primera calidad que permita satisfacer los requerimientos económicos del productor y necesidades de los consumidores. (Álvarez 2009)

Productos agrícolas

Producto es todo aquel bien material o inmaterial con características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de la empresa, servicio) que puesto en el mercado viene a satisfacer las necesidades de un determinado cliente que el comprador acepta, en principio como algo que va a satisfacer sus necesidades (Torrealba y Torres Hugo).

Al bien material se le denomina producto y al inmaterial servicio todo esto con

Preparación del suelo para la siembra

En las comunidades de la Parroquia Colonche para comenzar la siembra el primer paso es la preparación del terreno, el cual consiste en remover la tierra con la

maquinaria (tractor) o utilizando la mano de obra para quitar la hierba mala, luego se utiliza los bueyes para hacer los guachos y quede listo para la siembra, para que todo este proceso de resultados el terreno debe estar reposado por lo menos unos tres meses.

Preparación de la semilla

Después de la preparación del terreno viene la preparación de la semilla la misma que debe estar sana y limpia, lo cual ayuda en un gran porcentaje para que las plantaciones nazcan y crezcan en buenas condiciones y lleguen a cumplir su periodo de vida logrando un producto saludable y de buena calidad.

Fertilización

Antes de proceder a la siembra se debe realizar el cuidado y preparación de la tierra. Esta fertilización se da con abonos orgánicos o en muchos casos pueden ser con abonos inorgánicos los que le dan un abonamiento a la tierra y hacen que la semilla se nutra y la planta también al momento del desarrollo.

Ventajas de la producción agrícola

Los productos agrícolas tienen muchas ventajas al momento de servirse tanto en vitaminas como en carbohidratos por esta razón podemos mencionar las siguientes ventajas:

- ✓ La variabilidad de los productos es alta y rica en vitaminas
- ✓ Los productos agrícolas como el fréjol, papaya, guayaba, etc. tienen una gran cantidad de vitaminas, proteínas, minerales y fibra
- ✓ En su mayoría los desechos de estos productos sirven como abono para el terreno.
- ✓ El gran porcentaje de abono que se produce para el nuevo sembrío

Desventajas de la producción agrícola

Entre las desventajas de la producción agrícola podemos anotar las siguientes:

- ✓ El ingreso de otros productos por contrabando y a menores precios que los de nuestra provincia hace que los costos y la demanda de los productos locales bajen.
- ✓ El gran incremento de productos como son la naranja, limón, sandía, maracuyá, mango, hace que las familias actualmente disminuyan el interés por la siembra de otros productos agrícolas.

Cosecha y almacenamiento de los productos agrícolas

Cosecha

La cosecha de los productos agrícolas se da en un tiempo establecido dependiendo del producto que se siembre. Esta es la cosecha tradicional donde se contrata mano de obra para hacer el recogimiento de los mismos y empaque para que estén listos para la venta o el consumo.

Almacenamiento

Una vez hecha la recolección de los productos se procede a seleccionar y empaquetar de acuerdo al estado en el que se encuentre el producto. El almacenamiento se lo hará en un lugar adecuado y apropiado para su conservación hasta que llegue el momento de sacarlo al mercado para su respectiva venta en sus diferentes presentaciones.

La producción de jugos de frutas se ha incrementado rápidamente en los últimos años, algunos factores que constituyen al desarrollo de esta industria, son: (1) mejoras en el método de manufactura y desarrollo de mejores equipos de procesamiento (2) un mejor conocimiento en la utilización de los ingredientes. (3)

programas amplios de publicidad y mercadeo. (4) mantenimiento de la composición, nutrición y calidad bacteriológica del producto, así como productos Saludables y agradables. (5) mejoras del empaque y del método de distribución con un mejor almacenamiento en casa.

El jugo de frutas es agradable, nutritivo y saludable y relativamente barato. La importancia económica de esta industria es establecida por su valor como alimento teniendo en cuenta los conocimientos científicos obtenidos en la producción y comercialización de los jugos de frutas. Los productos estándares de jugos de frutas están siendo modificados. La tendencia tiene un gran énfasis en la calidad. La conservación de energía, el control de desperdicios y la eficiencia de la manufactura presenta un desafío importante a la industria de jugos de frutas. Además, como los estándares de vida alrededor del mundo continúan creciendo, la demanda del jugo de frutas también continuara aumentando. En consecuencia, la inversiones esta planta procesadora de jugos de frutas podría ser muy rentable.

Frutas tropicales

Definición

Las frutas constituyen uno de los alimentos más sanos para el organismo, además son un grupo de alimentos indispensables para la salud y bienestar, especialmente por su aporte de fibra, vitaminas y minerales. Junto con las hortalizas y verduras, son fuente exclusiva de vitamina C, la distinta forma de prepararlas hace de ellas, productos de gran aceptación por parte de los consumidores.

Funciones de las frutas

Las frutas son ricas en azúcares, vitaminas C y A, sales y minerales y pertenecen al grupo 5 de la rueda de alimentos, representada en dicha rueda de color verde. Las frutas se localizan en la segunda grada de la pirámide de alimentos, es decir,

que se recomienda ingerir de 2 piezas en niños y 4 piezas en el adulto al día, además su contenido en hidratos de carbono es más elevado que las verduras y ello las convierte en alimentos un poco más energéticos. Por consiguiente:

Son alimentos de bajo valor calórico, casi el 80% de su composición es de agua, y se recomienda en las dietas para obesidad.

Contiene fibra dietética, aporta múltiples beneficios como, el estreñimiento y la diverticulosis.

La fruta contiene múltiples micronutrientes que actúan sinérgicamente como antioxidantes, son sustancias protectoras contra el cáncer, demostrando en estudios epidemiológicos en el cáncer de próstata y cáncer de colon.

Según la “Sociedad de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SDCA)” la fruta además de ser el postre por excelencia y de aportar colorido y belleza a nuestra mesa, el consumo regular de fruta representa

En nuestra alimentación un pilar del equilibrio dietético y la seguridad de un aporte correcto de determinadas vitaminas.

Composición de las frutas

La composición química de las frutas depende sobre todo del tipo de fruta y de su grado de maduración:

Agua: Más del 80% y hasta el 90% de la composición de las frutas es agua.

Glúcidos: Entre el 5% y el 18% de la fruta está formado por carbohidratos. El contenido puede variar desde un 20% en el plátano hasta un 5% en el melón, sandía y fresas. Las demás frutas tienen un valor medio de un 10%.

Fibra: Aproximadamente el 2% de la fruta es fibra dietética. Los componentes de la fibra vegetal que nos podemos encontrar en las frutas son principalmente pectinas y hemicelulosa.

Vitaminas: Como los carotenos, vitaminas C, vitaminas del grupo B. Según el contenido en vitaminas podemos hacer dos grandes grupos de frutas:

1. Ricas en vitamina C: Entre estas frutas se encuentran los cítricos, también el melón, la sandía y la guayaba.

2. Ricas en vitamina A: Como los albaricoques, melocotón y ciruelas.

Sales minerales: Las frutas son ricas en potasio, magnesio, hierro y calcio. Las sales minerales son siempre importantes pero sobre todo durante el crecimiento para la osificación. El mineral más importante es el potasio. Las que son más ricas en potasio son las frutas de hueso como el albaricoque, cereza, ciruela, ovos, etc.

Proteínas y grasas: El contenido de grasa puede oscilar entre 0,1 y 0,5%, mientras que las proteínas pueden estar entre 0,1 y 1,5%.

Aromas y pigmentos: La fruta contiene ácidos y otras sustancias aromáticas que junto al gran contenido de agua de la fruta hace que ésta sea refrescante. El sabor de cada fruta vendrá determinado por su contenido en ácidos, azúcares y otras sustancias aromáticas.

Propiedades nutritivas de las frutas

Valor energético: Las calorías de la frutas depende casi exclusivamente de su contenido de hidratos de carbono, a excepción del caso del aguacate y del coco, frutas en las que el contenido graso determina su valor energético.

Hidratos de carbono: los azúcares o hidratos de carbono simples (fructosa, glucosa, sacarosa...)

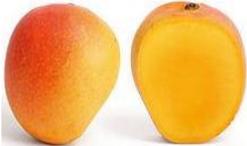
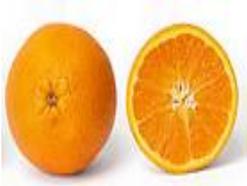
Grasas: Su contenido es casi inapreciable (0,1-0,5%), excepto en el aguacate, que aporta un 14% de grasa, especialmente ácido oleico, saludable (72% del total de grasa) y en el coco, con un 35% de grasa, mayoritariamente saturada (88,6% del total de grasa), menos saludable.

Clasificación de las frutas

Según como sea la semilla que contenga el fruto, las frutas se clasifica en:

Frutas de hueso o carozo, Frutas de pepita, Frutas de grano, Frutasclimatéricas, Frutas no climatéricas.

ILUSTRACIÓN 1 frutas que se emplearán en el proceso

FRUTA	DETALLE	GRAFICO
MANGO	<p><i>Mangifera indica</i>, llamado comúnmente mango o melocotón de los trópicos, es una especie arbórea perteneciente a la familia de las anacardiáceas.</p> <p>El mango es una fruta de la Zona Intertropical de pulpa carnososa y dulce. Destaca entre sus principales características su buen sabor.</p>	
NARANJA	<p>La naranja es una fruta cítrica comestible obtenida del naranjo dulce (<i>Citrus × sinensis</i>), del naranjo amargo (<i>Citrus × aurantium</i>) y de naranjos de otras especies o híbridos, antiguos híbridos asiáticos originarios de India</p>	
MARACUYÁ	<p>La maracuyá, parcha, parchita o chinola (<i>Passiflora edulis</i>) es una planta trepadora del género <i>Passiflora</i>, nativa de las regiones cálidas de América del Sur. Se cultiva comercialmente en la mayoría de las áreas tropicales y subtropicales del globo, entre otros países</p>	
LIMON	<p><i>Citrus × limón</i>, el limonero, es un pequeño árbol frutal perenne que puede alcanzar más de 4 m de altura. Su fruto es el limón (del árabe <i>ل يمون</i>, <i>rob as ed elbitsemoc aturf anu</i>), ácido y extremadamente fragante que se usa en la alimentación.</p>	

Fuente: frutas que se cosecha en la zona

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Proceso de maduración

La maduración de las frutas está ligada a complejos procesos de transformación de sus componentes. Las frutas, al ser recolectadas, quedan separadas de su fuente natural de nutrientes, pero sus tejidos todavía respiran y siguen activos. Los azúcares y otros componentes sufren importantes modificaciones, formándose anhídrido carbónico (CO₂) y agua.

Las frutas climatéricas normalmente se recolectan antes del citado pico para su distribución comercial, de forma que terminan de madurar fuera del árbol.

Azúcares: Con la maduración aumenta el contenido de hidratos de carbono sencillos y el dulzor típico de las frutas maduras.

Ácidos: Los ácidos van disminuyendo con la maduración. Desaparece el sabor agrio y la astringencia.

Ablandamiento: La textura de las frutas depende en gran medida de su contenido en pectinas; protopectina y pectina soluble en agua. Con la maduración, disminuye la protopectina y se va transformando en pectina soluble, que queda disuelta en el agua que contiene la fruta.

Cambios en el aroma: Durante la maduración se producen ciertos compuestos volátiles que son los que proporcionan a cada fruta su aroma

Cambios en el color: La maduración de las frutas generalmente va unida a una variación del color. La transición más habitual, de verde a otro color, está relacionada con la descomposición de la clorofila, de modo que quedan al descubierto otros colorantes rojos y amarillos característicos de las frutas maduras.

Proceso de conservación

La fruta debe ser consumida, principalmente como fruta fresca. Un almacenamiento prolongado no es adecuado; tampoco sería posible para algunos tipos de frutas, como la cereza o las fresas. Muchas clases de frutas no pueden ser conservadas frescas, porque tienden a descomponerse rápidamente.

En la conservación a gran escala o industrial de la fruta el objetivo más importante para alcanzar dicha conservación será el control de su respiración.

Principales plagas

Es de vital importancia destacar que las plagas no son lo mismo que las enfermedades que en ocasiones puede contraer la fruta, existen veces en que las enfermedades son más difíciles de tratar que las plagas, y por lo tanto causan más daños a la misma.

Existen dos pasos primordiales para tratar de evitar cualquiera de las dos principales amenazas:

Conocimiento del cultivo

El productor debe conocer muy bien las necesidades de su cultivo, si bien la experiencia es un factor determinante pues así también lo son los nuevos avances tecnológicos, muchas veces un cultivo aguanta un ataque de plagas hasta un cierto límite sin ocasionar pérdidas importantes.

El monitoreo

Una clave central de un control integrado de plagas es el sistema de vigilancia o monitoreo de las poblaciones de plagas que se pueden estar desarrollando en el cultivo, un sistema de monitoreo con muestras periódicas mostrará los problemas reales de plagas que se presenten en el cultivo desde su inicio hasta la cosecha de la producción

Principales plagas que afectan a estas frutas

plagas que afecta al mango

-Mosca de la fruta: algunos países como Japón, Chile, E.E.U.U. y Nueva Zelanda exigen la aplicación de un tratamiento hidrotérmico para el control de la mosca de

la fruta como requisito indispensable para permitir la entrada de mangos en estos países. Este consiste en el tratamiento con agua a 46 ° durante 90 minutos. Aunque también son admitidas otras alternativas como el tratamiento por vapor caliente y la irradiación.

-Antracnosis: las lesiones que se producen durante la recolección del fruto, continúan su desarrollo durante el almacenaje y maduración. Se controla de manera eficaz con el tratamiento de inmersión en agua caliente.

-Podriciones de la base del fruto: se controlan de manera eficaz con el tratamiento de inmersión en agua caliente añadiéndole a esta Benomilo a dosis de 500-1000 ppm a una temperatura de 50°C, aunque sólo será válido en aquellos países donde se permita la aplicación de este fungicida.

-Mancha negra (Alternaria): la aplicación de un fungicida como Procloraz aplicado como lavado durante 15 segundos después de la inmersión en agua caliente ha tenido grandes resultados.

plagas que afectan a la naranja

Bachacos: llamados Bachacos Rojos y Bachacos Sabaneros, se encuentra por todo el país. A comienzo de las lluvias es cuando se propagan. Estos insectos cortan las hojas llegando a desfoliar las plantas, son activos en las noches y en días nublados.

Hormigas: atacan las hojas tiernas o destruyen la corteza de las plantas jóvenes a nivel del cuello, como medida de control se recomienda localizar los hormigueros y aplicar insecticidas en polvo al pie de los árboles afectados.

Áfidos: existen varias especies, entre los cuales se encuentran: áfidos verdes del naranjo; Áfidos negro del naranjo; Áfidos negro del cítrico; áfidos amarillo del

algodonero, áfidos negro del mata ratón. Ellos chupan la sabia provocando deformaciones en los cogollos, atrasan el crecimiento de las plantas y son transmisores de enfermedades virales.

plagas que afectan a la maracuyá

Bachacos: llamados Bachacos Rojos y Bachacos Sabaneros, se encuentra por todo el país. A comienzo de las lluvias es cuando se propagan. Estos insectos cortan las hojas llegando a desfoliar las plantas, son activos en las noches y en días nublados.

Hormigas: atacan las hojas tiernas o destruyen la corteza de las plantas jóvenes a nivel del cuello, como medida de control se recomienda localizar los hormigueros y aplicar insecticidas en polvo al pie de los árboles afectados.

Áfidos: existen varias especies, entre los cuales se encuentran: áfidos verdes del naranjo; áfidos negro del naranjo; áfidos negro del cítrico; áfidos amarillo del algodonero, áfidos negro del mata ratón. Ellos chupan la sabia provocando deformaciones en los cogollos, atrasan el crecimiento de las plantas y son transmisores de enfermedades virales.

Cochinillas: Los daños causados por las cochinillas consisten en la sustracción de savia que provoca una depresión general en toda la planta. Además la mayor parte de las especies producen melaza, un líquido azucarado responsable de las innumerables colonias de hormigas, comunes en las plantas infectadas.

plagas que afecta al limón

- Crisomélidos (*Diabrotica Sp.*): Cucarroncito que ataca las plantas jóvenes.
- Gusano cosechero (*Agraulis Sp.*): Comen y esquematizan brotes en hojas.

- Mosca del mesocarpio (*Dasiops* Sp.): Ocasiona la caída de los botones florales.
- Araña roja (*Tetranychus* Sp.): Causan amarillamiento y defoliación de las hojas.
- Chinche patón (*Leptoglossus* Sp.): Afecta el pedúnculo de los frutos, el fruto se cae pequeño.
- Mosca de la fruta (*Anastrepha* Sp.): Ocasiona la caída de los frutos.

En cuanto a las enfermedades se encontraron:

- Marchitamiento o pudrición seca del cuello de la raíz (*Fusarium oxysporum* F *passiflorae*): Decoloración rojiza de la raíz, amarillamiento de las hojas nuevas y marchitamiento general de la planta.
- Mancha parda (*Alternaria passiflorae*): Daños en el follaje y frutos, en las hojas se presentan manchas de color pardo rojizo y a veces márgenes acuosas.
- Roña o costra (*Cladosporium herbarum*): Presencia de lesiones ulcerosas de color pardo en frutos de diferente tamaño.

1.3- ENTORNO POLÍTICO LEGAL

Trámites y requisitos para exportar

1.- requisitos para ser exportador:

Registro de firmas en el banco central del Ecuador (trámite por una sola ocasión)

a) Personas naturales.-

- Cédula de ciudadanía

- Registro Único de Contribuyente (RUC)

b) Personas Jurídicas

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones

c) Instituciones del Sector Público

Oficio del Representante Legal en el que consten el Código de catastro, los nombres y apellidos y los números de las cédulas de Ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

2.- Tramites de exportación:

A) obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el banco central del Ecuador

- Presentar la declaración de exportación, en el **Formulario Único de Exportación FUE** (original y cinco copias).

- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.

- No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una "lista de bultos" (packing list), especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.

- Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

- El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

- a) Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.

- b) Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

B) Procedimiento aduanero

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

La Declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la Aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)
- Factura comercial, en original y cuatro copias
- Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos.

3.- tramites especiales para exportar

En determinados casos, algunas mercaderías para su exportación se rigen por ciertas regulaciones y trámites especiales adicionales a los ya indicados; de los cuales unos requisitos son exigibles para los trámites internos y otros son exigibles por el comercio internacional, por parte de los importadores.

A) EXPORTACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Requisitos exigibles para el trámite interno

- Autorización previa
-

FLORA Y FAUNA SILVESTRE

El Instituto Ecuatoriano de Forestación y Áreas Naturales INEFAN, autoriza la exportación de especies provenientes de la flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, cuando éstas se realicen con fines de investigación, de educación o de intercambio internacional con instituciones científicas.

Determinación de precios mínimos referenciales

Deben cumplir con el régimen de determinación de precios mínimos referenciales FOB para exportación, a efectos de venta de divisas, los siguientes productos:

Banano Cavendish y otras variedades resistentes;

Café crudo verde (arábigo lavado y natural y robusta lavado y natural), tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café;

Cacao y derivados (licor o pasta, manteca, torta, polvo de cacao), chocolates edulcorados, coberturas o similares;

Maracuyá y concentrado de fruta de maracuyá.

Estos precios mínimos son establecidos oficialmente por la entidad responsable o Comités Interinstitucionales (públicas y privadas). Estos precios deben constar en la Factura Comercial y el FUE.

Cuando las mercancías estén sujetas a precios mínimos referenciales y el precio de venta al exterior sea igual o superior al mínimo referencial, el exportador está obligado a consignar el precio real de venta en el FUE, en caso de ser inferior, deberá consignar el precio mínimo referencial.

➤ Certificados de negociación en bolsa

Cacao en grano y sus derivados Cacao en grano y sus derivados (licor o pasta, manteca, torta, polvo de cacao y otros).- Previo a la exportación, los interesados deben obtener un certificado de haber negociado el producto en la Corporación Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios.

➤ Certificado de calidad

Cacao en grano, Cacao en grano, previo a la exportación, los interesados deben obtener una certificación de calidad del producto; que al momento lo expide la Corporación Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios.

Requisitos exigibles para el trámite externo

Los interesados en exportar material o productos agropecuarios en cualquiera de sus formas, excepto industrializados y que no de prohibida exportación, deberán obtener los siguientes certificados:

➤ Certificado fitosanitario

Para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados, los interesados deberán acercarse a las Oficinas de Cuarentena Vegetal del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA), localizados en los diferentes puertos marítimos, aeropuertos, y puertos terrestres de las fronteras.

➤ Certificado zoosanitario

Para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, los interesados deberán acercarse a las Oficinas de Cuarentena Animal del SESA, localizados en los diferentes puertos marítimos, aéreos y terrestres del país.

➤ Certificado de origen

Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, COMUNIDAD ANDINA, Sistema General de Preferencias (países de la Comunidad Europea) y a los Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Los Certificados de Origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de: Industrias Pequeña Industria, Comercio, Artesanos, y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

Plan del buen vivir (objetivos que sean importante para el proyecto)

Objetivos del plan para el buen vivir

1.- Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad

Estamos comprometidos en superar las condiciones de desigualdad y exclusión, con una adecuada distribución de la riqueza sin discriminación de sexo, etnia, nivel social, religión, orientación sexual ni lugar de origen.

2.- Mejorar la calidad de vida de la población

Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la

capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos.

3.- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable

Promovemos el respeto a los derechos de la naturaleza. La Pacha Mama nos da el sustento, nos da agua y aire puro. Debemos convivir con ella, respetando sus plantas, animales, ríos, mares y montañas para garantizar un buen vivir para las siguientes generaciones.

4.- Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas

Garantizamos la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

5.- Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Unidos en la diversidad, somos un país plurinacional e intercultural que garantiza los derechos de las personas y colectividades sin discriminación alguna. Valoramos nuestra diversidad como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora.

6.- Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia

Garantizamos a todas las personas el respeto a los derechos humanos y el acceso a la justicia. Queremos una igualdad entre hombres y mujeres que proteja, en forma integral, a niñas, niños y adolescentes. Promovemos una justicia social, solidaria, imparcial, democrática, intergeneracional y transnacional.

7.- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

8.- Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir

Construimos un Estado cercano y amigable que planifica y coordina sus acciones de manera descentralizada y desconcentrada. Promovemos la inversión pública

para alcanzar la satisfacción de las necesidades humanas con servicios públicos de calidad.

Plan nacional de desarrollo 2007 – 2015

I.- Transformación Económica y Productiva:

El objetivo es definir una política económica orientada al crecimiento con equidad, basada en la generación de empleo para impulsar la inclusión social y el desarrollo humano sostenible; el fomento de la productividad y de la inversión para todos/as, así como a una competitividad real que no se base en el deterioro de las condiciones sociales ni ambientales, sino en la incorporación del progreso tecnológico.

3.- Manufactura (industrias de alimentos y otras agroindustrias; textiles y cuero; madera y productos de madera; química, caucho y plástico; productos minerales no metálicos; metales comunes y productos elaborados de metal; maquinaria y equipo; equipos de transporte).

II.- Transformación Social y Desarrollo Humano:

- 1.- El derecho al trabajo y a condiciones laborales equitativas y satisfactorias
- 2.- El derecho a la seguridad social y al seguro social

1.7.1.- PIB del Sector

A partir de la publicación N°. 80, las Cuentas Nacionales trimestrales, a precios constantes, toman como referencia el año 2007 en lugar del año 200; la suma anual de los agregados macroeconómicos trimestrales se ajusta a los resultados de las Cuentas Nacionales anuales Base 2007. Según sus resultados, en el año 2011 el PIB se ubicó en 61,121 millones de US dólares y su crecimiento, con relación al año 2010, fue del 8.0%

1.7.2.- Inflación

En Enero del 2013, la inflación mensual se ubicó en 0.50%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012; 6 divisiones de consumo registraron inflación por sobre el promedio general, en tanto, en 2 se registró deflación lo que atenuó el resultado general.

La inflación anual del año 2013 se fue de 3.5%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012 (5,29%); 5 divisiones de consumo se ubicaron sobre el promedio general, que atenuó su resultado por la deflación de las categorías Recreación y Cultura y Comunicación.

1.7.- Entorno Social

Se determina la gran importancia del sector agrícola en la economía de nuestro País, mediante la cuantificación de las variables más relevantes agricultura desarrollada en el margen costero, esencialmente en la producción para el consumo interno y las exportaciones de todos sus productos, ya sea en estado natural o procesado.

Este análisis a través de series temporales, y además se desarrolla de cada una de las variables de estudio. Para así determinar la incidencia de la producción agrícola sobre los principales.

1.8.- Factor Tecnológico

Para implementar nuestro proyecto se utilizara tecnología de punta en todas sus maquinarias que se compraran para el proceso de producción entre las principales maquinarias tenemos:

Despulpadora

Máquina despulpadora automática tipo linium para frutas duras como mango, durazno, mamey, entre otros diseñado para trabajo a presión reduciendo grandes cantidades de energía por su paquete de rebobinadores que mantienen la energía

por más tiempo, con una velocidad impresionante capaz de procesar 50 frutas por minutos acorde a las exigencias de las altas productividades.



Codificadora portátil c-241

Codificadora manual / semiautomática de mesa, puede imprimir sobre cartón fino, hojas de papel, cuero, fundas de plástico, láminas de aluminio, etc.

- ✓ Adopta una cinta térmica indeleble para la impresión, caracterizada por su alta definición, secado instantáneo.
- ✓ Disponible en color negro, blanco
- ✓ Adopta un control de temperatura constante con temperatura ajustable. Puede imprimir continua y automáticamente o imprimir por medio del pedal que viene junto con el equipo.



Dosificador

A) Dosificador semiautomático de líquidos

Máquina diseñada para extraer dosis exactas de algún producto para su posterior sellado, su uso evita desperdicio, agiliza el proceso productivo y garantiza al consumidor la cantidad exacta que está adquiriendo.



Envasadoras

Máquina envasadora automática tipo vertical para productos líquidos, salsas, pulpas, aderezos y sólidos diversos mediante el proceso de sellado para diferentes capacidades.



Tapadora / Cerradora manual TTM-50D

La Máquina tapadora y cerradora es adecuada para el cierre de tapas tipo rosca plásticas a prueba de hurto, se utiliza para la operación de sellado en las industrias de bebida, vino, medicina e industria química.



Llenadora

Nuestra llenadora de líquidos cuenta con un diseño simple, compacto y muy conveniente para la operación del equipo, precisión y error, instalación y fácil ajustes, mantenimientos etc. Puede llenar diversos tipos de líquidos de baja y mediana viscosidad con un ajuste de volumen de llenado conveniente

Incluye 4 pistones con sus cilindros neumáticos independientes, lo cual le da mayor precisión y rapidez en el llenado de sus envases.



CAPÍTULO II

2.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las estrategias metodológicas son consideradas como el camino para alcanzar un fin determinado puesto de antemano como tal, es un término genérico que asigna el conjunto de procedimientos de los cuales se vale la ciencia para la consecución de un fin desde el punto de vista etimológico, la palabra método indica el "camino para llegar a un fin". Obrar con método es obrar de manera ordenada y calculada para alcanzar unos objetivos previstos.

La estrategia metodológica de la investigación comprende varios elementos: el planteamiento del modelo o los principios teóricos dentro de los cuales se va a manejar el problema; la delimitación de los parámetros de la investigación y la selección de las técnicas de recolección y procedimientos de análisis de la investigación.

Las estrategias metodológicas son consideradas como el camino para alcanzar un fin determinado, puesto de antemano como tal. Es un término genérico que asigna el conjunto de procedimientos de los cuales se vale la ciencia para la consecución de la verdad. Es el camino para la utilización de un fin. El diseño de la investigación permitirá desglosar las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta, describir la modalidad, el tipo, la población y muestra, procedimientos e instrumentos de investigación.

Las estrategias metodológicas son fuentes que nos ayudaran a tomar como ejemplo para desarrollar la investigación del proyecto. Podemos recalcar que la creación del centro de acopio tomara en consideración esta información mediante esto estaremos permitiendo dar un nuevo enfoque a la investigación que se está

considerando para la creación del centro de acopio para los agricultores de la comuna manantial de colonche permitiéndoles alcanzar el camino para llegar a un fin propuesto.

2.1 DISEÑO

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar.

- Su naturaleza es descriptiva.
- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Finalmente, podemos señalar que la metodología es el estudio lógico y sistemático de los principios que guían la investigación social. La metodología implica afirmaciones sobre el mundo, en tanto objeto –método se afirman y determinan por punto, el método acota y define lo relevante para el conocimiento. En esta investigación los enfoques de la investigación son sumamente importantes para el trabajo.

De acuerdo a la investigación se utilizara el método cuantitativo, ya que examinaremos de forma detallada y específica los datos recolectados mediante fuentes primarias y secundarias, conociendo y analizando a fondo el comportamiento de los consumidores, productores.

2.2 MODALIDAD

Paredes Garcés Wilson (2010) indica “el camino o sendero que se ha de seguir para alcanzar un fin propuesto”.

La modalidad de investigación comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

El proyecto sobre “la creación de una empresa procesadora de pulpas de frutas para elaborar néctares y jugos cítricos” en la Parroquia Colonche es de inversión por lo que requerirá de transformación para la realización de del proyecto el cual debe generar las estimaciones esperadas que son verificables en el estudio exhaustivo de rentabilidad de la misma que permitirá solucionar problemas requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales: puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías y métodos.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Por el propósito

Paredes Garcés Wilson (2010); señala “También se denomina pura, temática o de apoyo y sirve para formular, ampliar o evaluar la teoría que generaría nuevas leyes, principios”. pág. -# 17

Mediante el proyecto de investigación se tomara en cuenta las teorías de diferentes actores, que permitirán el desarrollo de la misma, también se toma en consideración la ley que ampara al agricultor, para mayor seguridad del tema de investigación, mencionamos que dentro de la investigación se hará énfasis en los procesos que nos conducirán al desarrollo de la creación de la empresa.

Investigación Aplicada:

Paredes Garcés Wilson (2010). Indica. “Sirve para resolver problemas prácticos, ejemplo. El bajo rendimiento, plagas, contaminación ambiental, supone haber indicado con la investigación básica, mencionamos también que esta permitirá

resolver un problema práctico y concreto de la información científica que se recolectara, para tener una expectativa y conocimientos claros y profundos de las variables y temas relevantes a la investigación, esto resultados será la factibilidad de la instalación de la planta procesadora.

2.1.1 por el nivel de estudio

Investigación Descriptiva

Se relaciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente para así describir lo que se investiga.

Según paredes Garcés Wilson, Paredes Nataly (2010). Consideran “consiste en reflejar lo que aparece, tanto en el ambiente natural, como social, la descripción puede ser como información primaria o secundaria.

Mediante este tipo de información están comprendidas como investigaciones descriptivas: los estudios de caso, las encuestas, el análisis documental y los estudios de correlación, es descriptiva cualquier investigación que no sea experimental, en camina a observar y describir fenómenos “Cómo aparecen, Cómo son y Cómo sucedió algo”. Pág. # 22

Todas estas expresiones de investigación no requieren de la manipulación de las variables. De acuerdo a la investigación a desarrollar en la elaboración del diseño organizacional la investigación descriptiva, dado que se determinara las causas y efectos del fenómeno, éste nivel está encaminado al descubrimiento de relaciones entre las variables (grado de correlación). Se incluyen n esta las ex-post facto aquellas que investigan lo que fue, o sea lo que ya sucedió.

Están comprendidas como investigaciones descriptivas: los estudios de caso, las encuestas, el análisis documental, y los estudios de correlación. En general es descriptiva cualquier investigación que no sea experimental. La Investigación Descriptiva nos permitirá explicar el fenómeno, especificando sus propiedades

más importantes a partir de mediciones específicas y precisas de las variables, así como también requerirá del conocimiento del proyecto a indagar o estudiar.

2.1.2 por el lugar

Investigación Documental Bibliográfica.-

Paredes Garcés Wilson (2010) Tiene el propósito de conocer, comparar, profundizar y deducir diferentes enfoque, teorías conceptualizadas y criterios de diversos actores sobre una cuestión determinada basándose en libro, documentos o publicaciones.

Mediante la investigación y propósito del proyecto se determina utilizar diferentes enfoques teóricos que permitirán analizar diferentes elementos sobre el tema de estudio. Pág. # 47

Investigación Bibliográfica:

Nos permitirá hacer uso de textos o cintas bibliográficas de temas relacionados a la investigación de mercado, estudios financieros, estudios técnicos, entre otros puntos, que nos arrojará información valiosa para la creación de la empresa y a su vez no permitirá tener un conocimiento amplio en cuanto a los diferentes puntos de vistas de los autores de los libros consultados, más nuestra aportación o juicio crítico de lo que se va a investigar.

Investigación de Campo

Paredes Garcés Wilson. (2010).

Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar donde se reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente el contacto directo con los hechos, ya sea que estos ocurran de manera ajena al investigador o este les provoque con un adecuado control de las variables que intervienen. Pág. # 42

En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto, Nos permitirá recolectar información de manera directa ya que los agricultores son los únicos que saben la problemática que existe en sus cultivos, para el proceso del proyecto de investigación se tomara en cuenta la igualdad con los objetivos, lugar, entorno, trayectoria y posibilidad.

Hemos considerado como nivel de la investigación, el tipo descriptivo, porque nos va ayudar a analizar como es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes a través de programas; Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos: El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como: Acudir a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios.

- Descriptivo,
- Exploratorio,
- Entrevistas y los Cuestionarios.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método científico se conceptualiza como el conjunto de series lógicas que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad natural y social. Ordenada de procedimientos de que se hace uso en la investigación científica para obtener la extensión de nuestros conocimientos, empleados en la investigación y demostración de la verdad.

Para la operación de la investigación vamos a utilizar el método, en primera pretensión la observación para indicar en forma abierta los hechos que se muestran en el pre ángulo los factores que determina la pobreza en estas zonas, de la Parroquia Colonche.

Paredes Wilson y Paredes Nataly: señalan “consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto d estudiarlas y examinarlas por separados” Pág. # 61

Eta técnica permite estudiar y el objeto estudiado que permitirá la creación de la planta procesadora de néctares y jugos cítricos.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para nuestra Investigación de campo aplicaremos una encuesta dirigida a los Pobladores de las Comunidades de la Parroquia Colonche para determinar el porcentaje de aceptación en el mercado de los jugos néctares

Lo que concierne a la táctica utilizada para la elaboración de la información se tiene una composición de investigación documental por cuanto se analiza la información derivada de los estudios hechos por diferentes autores, razón por la cual viene a constituir datos secundarios, definiciones turísticos y manejo de recursos naturales y en general todos aquellos temas que permitirán el estudio de implementación de una planta procesadora ubicada en la Parroquia Colonche.

Además se hará un acrecentamiento de información a la comunidad de Palmar ubicada en la Parroquia Colonche a través de estudios de encuesta de respuestas cerradas y abiertas, la noción de la aplicación de este cuestionario es la de aportar información.

Estas técnicas serán acopladas a una observación directa que tendrá como propósito ver la importancia de los datos obtenidos, tratando de ser imprescindibles en las disminuciones de la información para el estudio que se ejecuta. Encuesta -Cuestionario.

2.6.- INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Instrumentos de Evaluación son aquellos elementos básicos que se utilizan en la investigación y en el proceso de la recolección de la información, para determinar cuán importante es la implementación de un proyecto y su grado de aceptación

- Encuesta
- Entrevista

Encuesta.- Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Cuando la encuesta es verbal se suele hacer uso del método de la entrevista; y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del instrumento del cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a la personas a encuestar.

Una encuesta puede ser estructurada, cuando está compuesta de listas formales de preguntas que se le formulan a todos por igual; o no estructurada, cuando permiten al encuestador ir modificando las preguntas en base a las respuestas que vaya dando el encuestado.

Las encuestas se les realizan a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información, por ejemplo, se realizan encuestas al público objetivo, a los clientes de la empresa, al personal de la empresa, etc.; dicho grupo de personas se les conoce como población o universo.

Y para no tener que encuestar a todos los integrantes de la población o universo, se suele hacer uso de la técnica del muestreo, que consiste en determinar, a través de una fórmula, un número de personas representativo de la población o universo a estudiar; dicho número representativo de personas se le conoce como muestra, al obtener una muestra y hacer las encuestas al número de personas que ésta indica, se puede obtener información precisa, sin necesidad de tener que encuestar a toda la población o universo.

Lo común en una encuesta es que esta se realice cara a cara a personas en la calle, por ejemplo, en los centros comerciales, cerca del local de la empresa, cerca de los locales de la competencia, etc.; sin embargo, una encuesta también se realiza por teléfono, vía correo postal, o por Internet (por ejemplo, a través de una página web o vía correo electrónico). La principal ventaja del uso de la encuesta es que, dependiendo de la profundidad de la misma, se pueden obtener datos muy precisos; mientras que la desventaja radica en la posibilidad de que los encuestados puedan brindar respuestas falsas, o que los encuestadores puedan recurrir a atajos.

La entrevista.-sin duda alguna la entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa.

A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta.

Se podrá definir que la entrevista consiste en obtención de información oral de parte de una persona (entrevistado) lograda por el entrevistador directamente, en una situación de cara a cara, a veces la información no se transmite en un solo sentido, sino en ambos, por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador y una persona que responde a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos de un estudio.

Para que la entrevista tenga éxito, debe cumplir con las siguientes condiciones:

- La persona que responda debe tener la información requerida para que pueda contestar la pregunta.

- La persona entrevistada debe tener alguna motivación para responder, esta motivación comprende su disposición para dar las respuestas solicitadas como para ofrecerlas de una manera verdadera.

Como técnica de recolección de datos la entrevista tiene muchas ventajas;

Es aplicable a toda persona, siendo útil con los analfabetos, los niños o aquellas personas que tienen alguna limitación física u orgánica que le dificulte proporcionar respuestas escritas.

Hay dos tipos de entrevista:

Entrevista Estructurada: Se caracteriza por estar rígidamente estandarizada; Se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes quienes deben escoger en dos o más alternativas que se les ofrecen.

Para orientar mejor la entrevista se elabora un formulario que contenga todas las preguntas. Sin embargo, al utilizar este tipo de entrevistas el investigador tiene limitada libertad para formular preguntas independientes generadas por la interacción personal.

Entrevista No Estructurada: Es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen a las preguntas; Su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentra por entero en manos del entrevistador. Si bien el investigador, sobre la base del problema, los objetivos y las variables elabora preguntas antes de realizar la entrevista, modifica el orden, la forma de encabezar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones y características particulares de los sujetos de estudio.

Este tipo de entrevistas es muy útil en los estudios descriptivos y en las fases de exploración para el diseño del instrumento de recolección de datos.

2.7.- POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

El conjunto de individuos cuyo conocimiento es objeto de interés desde un punto de vista estadístico por ejemplo si se piensa en implementar un negocio o industria en un sector determinado cada negocio es un individuo y cada lugar es una muestra.

El estudio de la población proporciona la información más valiosa en la planificación, política, administrativa, especialmente en sectores relacionados con sanidad, educación, vivienda, seguridad social, empleo, y conservación del medio ambiente.

Estos estudios también aportan los datos necesarios para desarrollar políticas gubernamentales de población y conseguir objetivos económicos y sociales.

Para el objeto de estudio la población está constituida por el conjunto de sujetos de la Parroquia Colonche en un total de 3000. Personas, en este estudio no sólo se investigó especialistas sino que plantea una propuesta viable que conlleve a la solución de los perfiles de desempeño en gestión empresarial de los profesionales de las diferentes ramas de la Península de Santa Elena, considerando el apoyo de investigaciones de tipo documental y de campo, que conlleven a establecer las pautas y características fundamentales inherentes a la fundamentación teórica de la propuesta.

TABLA 4 población

ELEMENTOS	NI
Clientes	176260
Proveedores	25
TOTAL	176285

Fuente: Porcentaje de la Población
Elaborado por: Jimmy Quimi González

Muestra

se tomará como referencia el muestreo probabilístico, donde es posible medir el error de muestreo; sus principales tipos de muestreo probabilístico son: muestreo aleatorio simple, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático y muestreo por conglomerados, para el proyecto consideraremos el muestreo probabilístico por aleatorio simple, este muestreo se utiliza en las poblaciones con características homogéneas, donde los elementos participantes son en mayor proporción, siendo así necesario tomar los datos que hacen mayor referencia de una muestra representativa de la población de personas de edad de 18 a 80 años.

Este tipo de muestreo se realiza por medio de una fórmula segura y eficaz, la cual ayudará a obtener métodos estadísticos que permitan determinar el número de encuestas para poder conocer la viabilidad y la aceptación del proyecto y determinar si apropiada o no la inversión del monto ya antes mencionado.

Cálculo del tamaño de muestra

DATOS:

N: 176260

N: ?

p: 0,50

q: 0,50

Me: 0,05

Nc: 95 - 0,95 - 1,96

FORMULA:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N(p)(q)}{\frac{Me^2}{Nc^2}(N-1) + (p)(q)} = \\n &= \frac{176285(0,50)(0,50)}{\left[\frac{0,05^2}{1,96^2}(176285-1) + (0,50)(0,50)\right]} = \\n &= \frac{176285(0,25)}{\frac{0,0025}{3,8416}(176284) + (0,25)} = \\n &= \frac{44071,25}{\frac{440,71}{3,8416} + (0,25)} = \\n &= \frac{44071,25}{114,72 + 0,25} = \\n &= \frac{44071,25}{114,97} = \\n &= 383,33 \\n &= \mathbf{383}\end{aligned}$$

TABLA 5 total de la muestra

Detalle	Muestra	Instrumento
Proveedores	25	Entrevista
Población	383	Encuesta

Fuente: Calculo de la muestra

Elaborado por: Jimmy Quimi González

2.8 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO

Una vez realizada la recopilación de información se procede a organizar, procesar, a interpretar las tablas con sus respectivos gráficos tabularla para medir el comportamiento de la población que estamos estudiando y para que obtengamos resultados de acuerdo a nuestra facilitar su interpretación y análisis; para tal efecto y resultados esperados.

Entonces podemos concluir que el procesamiento de datos es cualquier tratamiento que se le da a una información proporcionada en un momento específico

Se recolectara la información una vez que ya se haya realizado la encuesta a la población de la Parroquia Colonche para la respectiva tabulación de los datos y el procesamiento de la información el mismo que se ingresara los datos y el procesamiento de la información que se realizará en el programa elegido en este caso Excel. Y de esta manera esperar resultados que demuestren que la inversión en un proyecto de ésta magnitud tenga acogida favorable.

- fuentes y técnicas primarias secundarias
- textos revistas documentos prensa técnicas:
- fichas fuente: grupo social, institución, zona geográfica técnicas: observación, encuestas cuestionarios, entrevistas, sondeos presentación

Cuadros, gráficos, otros tasas de crecimiento tasas de participación media aritmética, entre otras.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 análisis de la entrevista realizada a los productores

1.- ¿A qué actividad se dedica usted?

En la zona un 100% de los pobladores se dedica a la agricultura

2.- ¿Cuántos años viene trabajando en esta actividad?

13 personas poseen de 30 años de experiencia, 11 poseen entre 50 años y 2 personas 70 años.

3.-¿Forma usted parte de una asociación o trabaja de manera independiente?

23 productores afirmo que su trabajo se maneja de forma independiente

4.- ¿Cuántos son sus ingresos que recibe por la actividad que realiza?

15 personas no se pronunciaron ,7 ganan 200.00 y 3 afirmaron que 300.00

5.- ¿Ha tenido alguna dificultad al momento de vender sus productos?

19 personas tiene problemas para vender sus cosechas y 6 personas no poseen ningún inconveniente

6.- ¿Cómo realiza la venta de sus productos?

25 personas afirmaron que sus productos venden sus cosechas a los comerciantes mayoristas.

7.- ¿Cuántas toneladas métricas cosecha de cada fruta?

4 personas cosechan de 50 sacos, 6 personas cosechan 70 sacos, dos de 90 sacos.

8.- ¿Ha recibido apoyo de alguna institución del gobierno para la venta de sus productos?

23 personas no reciben ayuda y 2 personas afirmaron recibir algún beneficio

9.- ¿Estaría dispuesto usted a vender sus productos a esta empresa?

25 personas afirmaron que venderán sus productos sin ningún inconveniente porque es una gran oportunidad para mejorar sus ingresos.

3.1.- ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1.- ¿Consume usted por lo general jugos envasados?

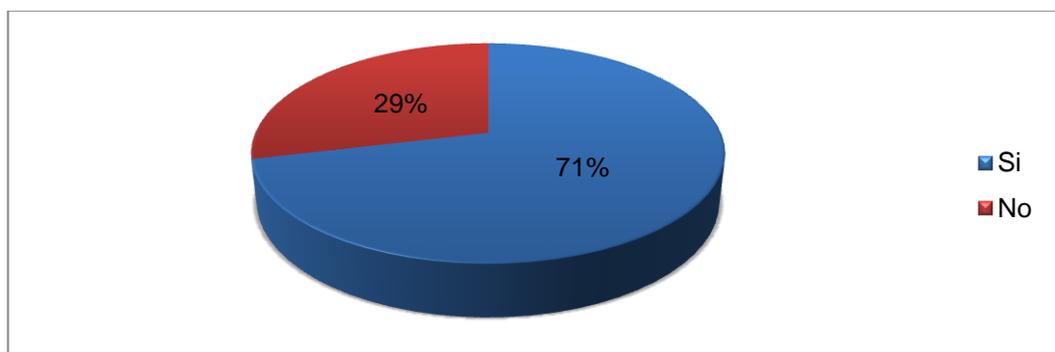
TABLA 6 nivel de consumo

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	255	71,23
	No	103	28,77
	Total	358	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 1 nivel de consumo



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

la gran mayoría de nuestros encuestados que está representado tanto en sexo masculino y femenino, mencionó si consumir jugos procesados de frutas naturales en diferentes sabores, en comparación a un porcentaje mínimo no consume este tipo de jugos debido a que no forma parte de sus hábitos alimenticios beber jugos envasados tanto néctares como jugos de frutas por alergia o por recomendación médica, lo que nos muestra un porcentaje elevado de consumo favorable para el estudio de nuestro proyecto.

2.- ¿Con qué frecuencia consume jugos envasados?

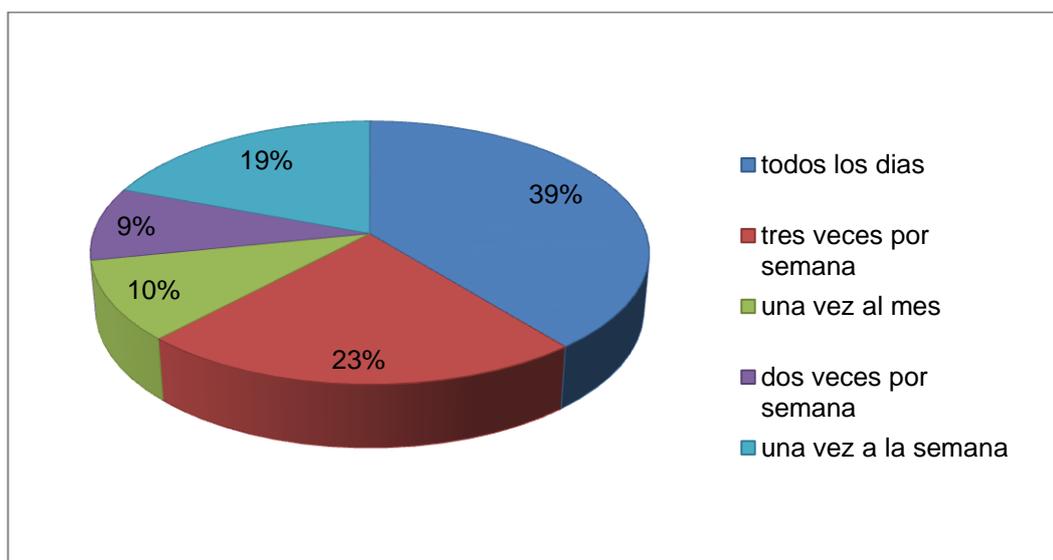
TABLA 7 frecuencia de consumo

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	todos los días	100	39,22
	tres veces por semana	58	22,75
	una vez al mes	25	9,80
	dos veces por semana	23	9,02
	una vez a la semana	49	19,22
	total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 2 frecuencia de consumo



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de nuestros encuestados un gran porcentaje que está representado por la población afirmó consumir jugos envasados de frutas en diferentes sabores tanto néctares como jugos cítricos todos los días o como mínimo tres veces por semana como hábito de costumbre.

3.- ¿Dónde compra por lo general los jugos envasado que usted consume?

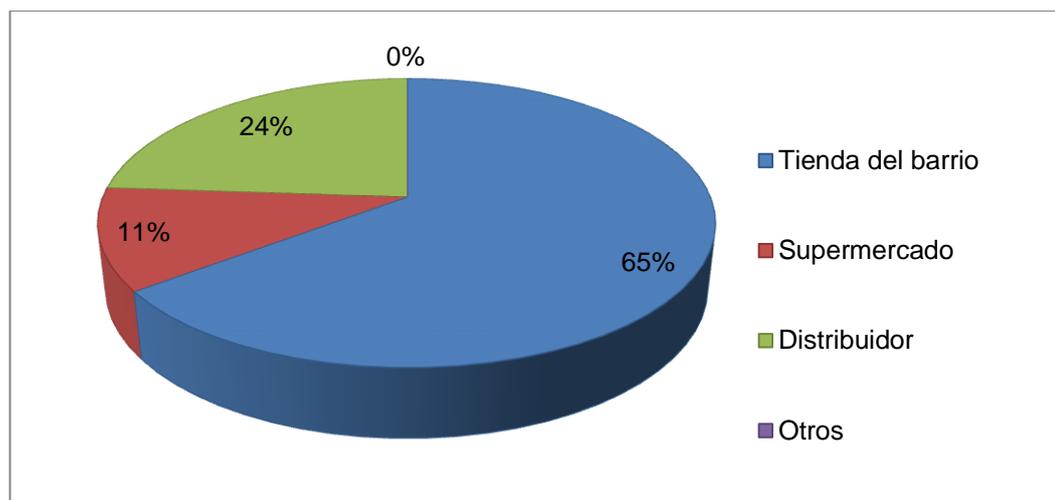
TABLA 8 adquisición del producto

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Tienda del barrio	165	64,71
	Supermercado	29	11,37
	Distribuidor	61	23,92
	Otros	0	0,00
	total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 3 adquisición del producto



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de los encuestados la mayor cantidad mencionó comprar jugos envasados en la tienda del barrio como medio más cercano para adquirir estos productos, el resto afirmó comprar este tipo de envasados en supermercados o directamente al distribuidor.

4.- Generalmente ¿qué sabor de jugo envasado le gusta más a usted?

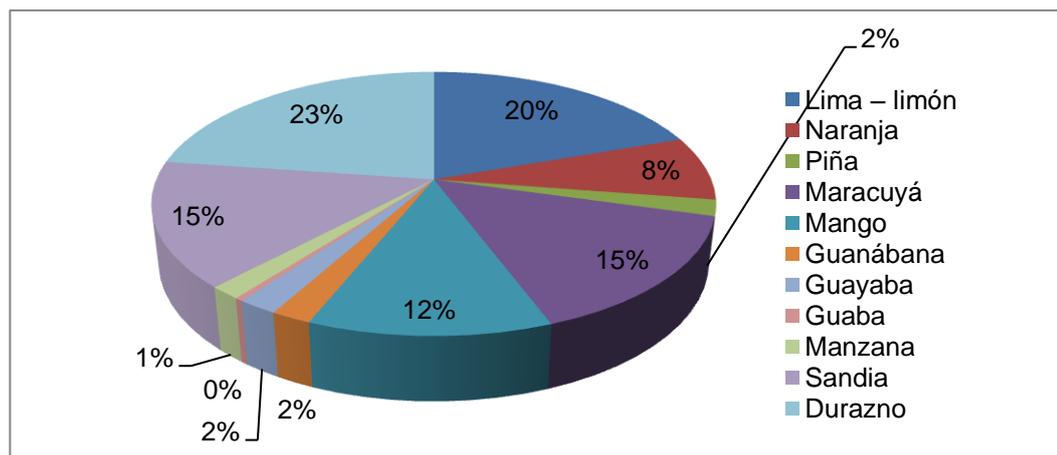
TABLA 9 gusto en sabores

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Lima – limón	50	19,61
	Naranja	20	3,48
	Piña	5	1,96
	Maracuyá	38	14,90
	Mango	30	11,76
	Guanábana	5	1,96
	Guayaba	5	1,96
	Guaba	1	0,39
	Manzana	4	1,57
	Sandía	39	15,29
	Durazno	58	22,75
	Total	255	95,64

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 4 gusto en sabores



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de los encuestados un porcentaje bien representativo los que afirman que les agrada mucho el sabor a mango, maracuyá, Naranja ,limón ,y durazno en tanto es un porcentaje aceptable los que respondieron gustar de sabores como sandía ,piña entre otras frutas.

5.- ¿Qué presentación usted prefiere consumir?

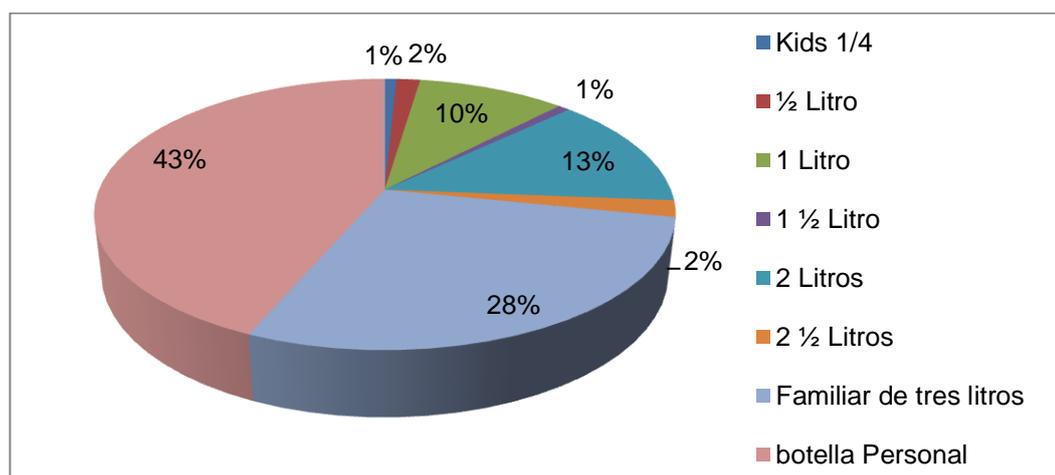
TABLA 10 preferencias en tamaño

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Kids ¼	2	0,78
	½ Litro	4	1,57
	1 Litro	25	9,80
	1 ½ Litro	2	0,78
	2 Litros	34	13,33
	2 ½ Litros	5	1,96
	Familiar de tres litros	72	28,24
	botella Personal	111	43,53
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 5 preferencias en tamaño



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Un porcentaje representativo dijo comprar botellitas personales de jugos para su consumo, lo que agrada por ser práctico y fácil de abrir, una cuarta parte afirmó que les agrada consumir en botellas de tres litros para compartir junto a sus familiares, y una mínima parte dijo que sus presentaciones favoritas son en envases de uno y dos litros.

6.- ¿Qué tipo de envase le agrada más a usted?

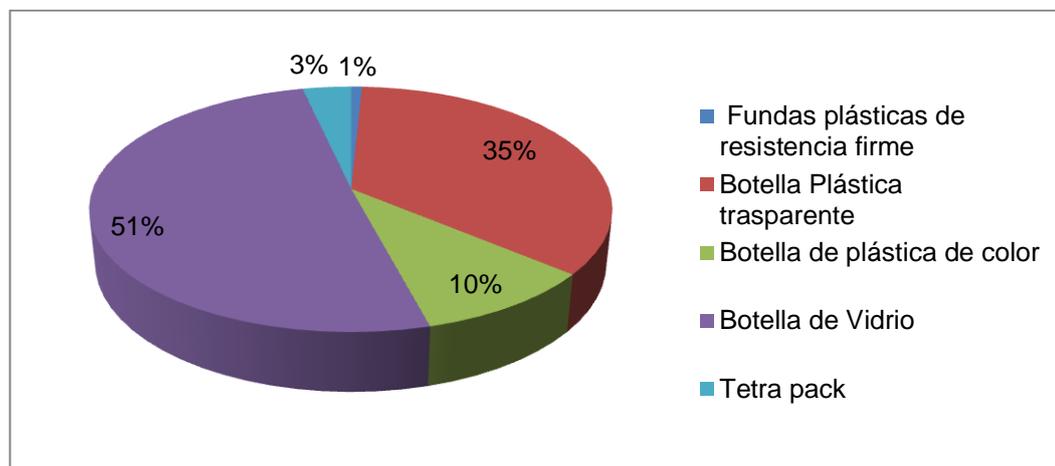
TABLA 11 gustos en envase

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Fundas plásticas de resistencia firme	2	0,78
	Botella Plástica trasparente	90	35,29
	Botella de plástica de color	25	9,80
	Botella de Vidrio	129	50,59
	Tetra pack	9	3,53
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 6 gustos en envase



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

En cuanto a las características del producto que más agrada al público un gran porcentaje dijo que les agradan los envases de botellas de vidrio por ser más elegantes y por la pulcritud que representa un envase de vidrio, una pequeña parte dijo que prefieren los envases de plásticos transparente para mayor comodidad, y solo un porcentaje mínimo menciona que están conformes con los demás tipos de envases en los que vienen estos tipos de jugos.

7.- ¿Para qué tipo de ocasión consume jugos envasados?

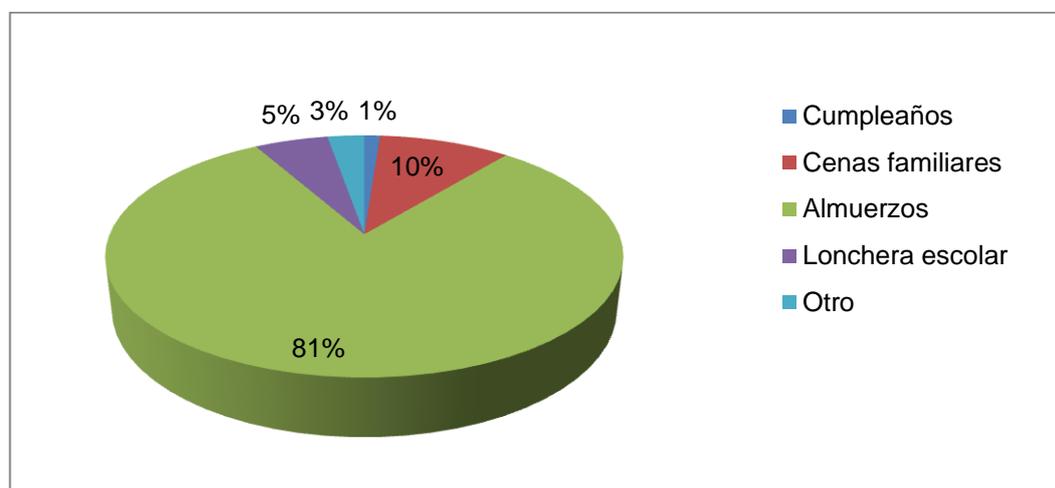
TABLA 12 ocasiones de consumo

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Cumpleaños	3	1,18
	Cenas familiares	25	9,80
	Almuerzos	206	80,78
	Lonchera escolar	14	5,49
	Otro	7	2,75
	total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 7 ocasiones de consumo



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de población encuestada es la mayor cantidad de población la que mencionó que consume jugos envasados en el almuerzo familiar por ser momentos sanos que se disfrutan en plenitud, solo una mínima parte dijo consumir jugos de frutas envasados en las cenas familiares, o en cualquier ocasión ya sea cuando hace deporte o entro momento del día como medio de hidratación sana o por que aportan nutrientes.

8.- ¿Conoce usted Si existe dentro de la provincia algún grupo o empresa que se dedique a la elaboración de jugos envasados?

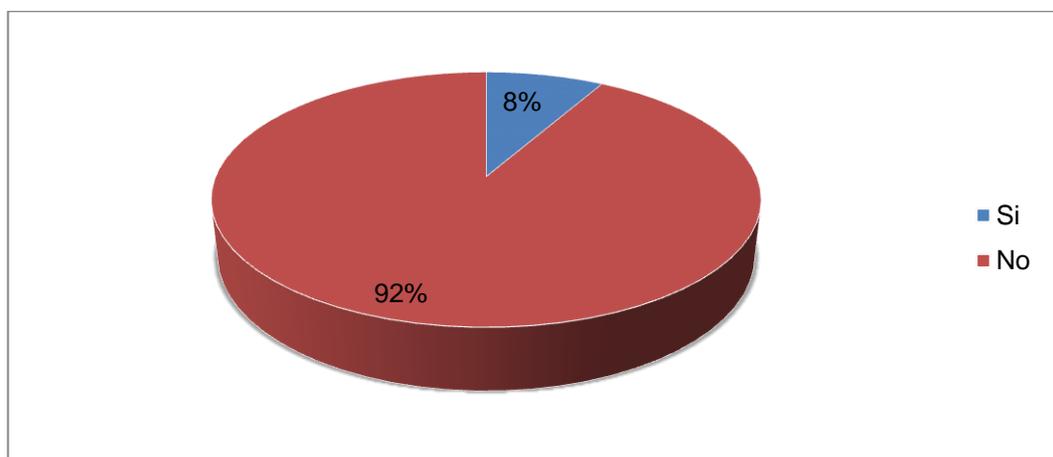
TABLA 13 nivel de conocimiento sobre el tema

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	21	8,24
	No	234	91,76
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

TABLA 14 nivel de conocimiento del tema



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

La Gran Mayoría de los encuestados dijo no conocer si exista empresa alguna en la Provincia de Santa Elena que se dedique a procesar o a envasar néctares o jugos cítricos de sabor a frutas mientras que un porcentaje diminuto comentó que conocen que en la Provincia de santa Elena existe una gran distribuidora de la compañía Coca Cola que es la encargada de repartir sus productos en toda la Provincia de Santa Elena, pero no es Una Compañía donde se produzca algún producto de este tipo.

9.- ¿Si se creara una empresa Santa elenense que se dedique a la elaboración de jugos envasados usted compraría este producto?

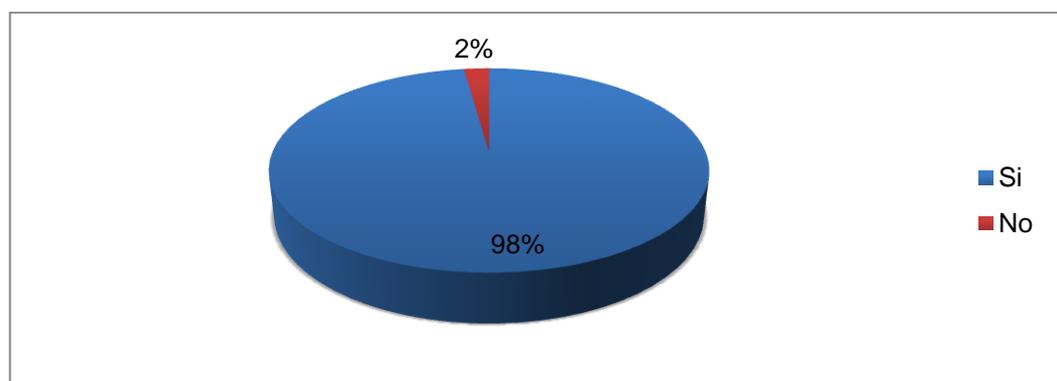
TABLA 15 nivel de aceptación

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	250	98,04
	No	5	1,96
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 8 nivel de aceptación



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Es importante recalcar que casi toda la población representada en nuestros encuestados dijo estar interesados en comprar los productos en caso de crearse una compañía envasadora de jugos en la Península de Santa Elena. Mientras que una mínima cantidad mencionó dudar en querer adquirir el producto hasta comprobar la calidad del mismo y determinar si está o no a gusto con el sabor y las características más representativas de este nuevo producto, observando que la aceptación es favorable para la viabilidad de nuestro proyecto.

¿Por qué compraría el producto?

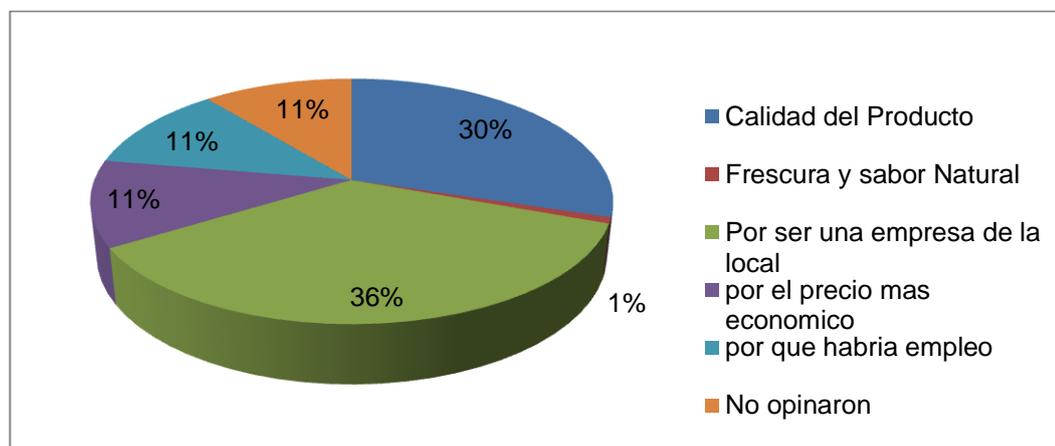
TABLA 16 por que compraría el producto

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Calidad del Producto	76	29,80
	Frescura y sabor Natural	2	0,78
	Por ser una empresa de la local	91	35,69
	por el precio más económico	29	11,37
	por qué habría empleo	29	11,37
	No opinaron	28	10,98
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 9 por que compraría el producto



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

De los encuestados la mitad dijo que comprarían el nuevo producto por ser una empresa local, una cuarta parte dijo que adquiriría el producto porque confía que en la provincia existe gente capacitada que lograría brindar un excelente producto de calidad, y solo un porcentaje mínimo dijo que el apoyaría comprando el producto porque de esta forma habrá fuentes empleo para cientos de ciudadanos peninsulares.

9.- ¿Le gustaría que en su sector se cree una empresa procesadora de jugos que brinde Oportunidades de Plazas de trabajos para la Comunidad?

(Pregunta dirigida a 26 personas de la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena)

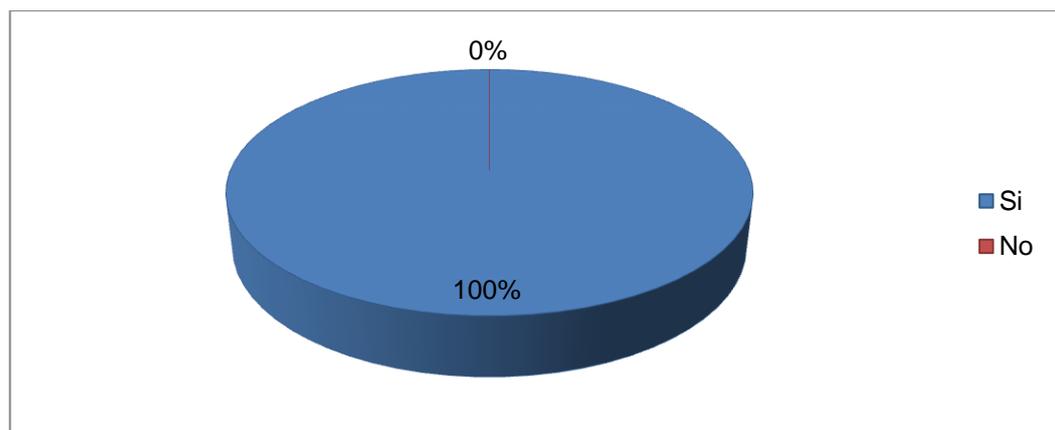
TABLA 17 aceptación del nuevo producto

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	26	100,00
	No	0	0,00
	Total	26	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 10 aceptación del nuevo producto



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Todos los encuestados es decir un dijeron estar de acuerdo en que se cree una empresa envasadora de néctares y jugos cítricos de frutas en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena porque es una idea fresca, que anima a la población a continuar con sus forjadas labores de cosechar frutas ya que la falta de empleo ha generado que haya migración a la ciudad por los habitantes.

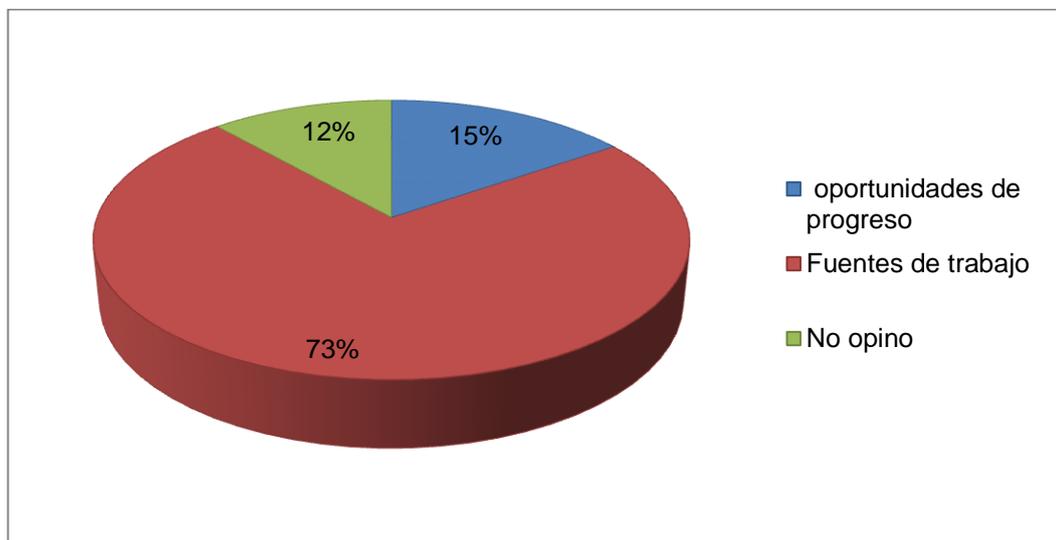
TABLA 18 apoyan la idea de negocio

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	oportunidades de progreso	4	15,38
	Fuentes de trabajo	19	73,08
	No opino	3	11,54
	Total	26	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 11 apoyan la idea de negocio



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de todos los encuestados la mayor parte mencionó que con gusto apoyarían la idea de negocio porque de ésta forma habrá muchas fuentes de trabajo para cientos de ciudadanos peninsulares en las diferentes área que requiera esta empresa, lo que refleja una muestra de aceptación por la ciudadanía a implementar éste proyecto.

10.- Piensas que ésta idea de negocio es

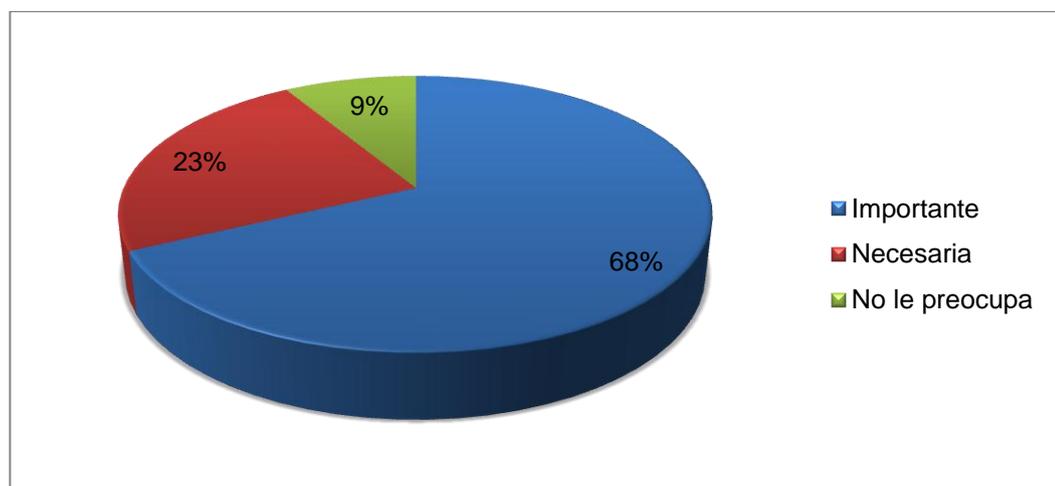
TABLA 19 relevancia del proyecto

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
	Importante	173	67,84
	Necesaria	60	23,53
	No le preocupa	22	8,63
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 12 relevancia del proyecto



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Gran porcentaje de los encuestados calificaron como importante la creación de una empresa de esta índole en la Provincia de Santa Elena ya que nuestra zona costera no cuenta con ninguna compañía dedicada a esta labor y sobre todo que le dé un valor agregado a las frutas que se cosecha en estas tierras, un y una cuarta parte supo expresar que es necesaria ya que aquí en la Península no se encuentra ninguna empresa que se dedique a manufacturar envasados.

11.- ¿Qué tan interesante le parece que se implemente una empresa de este aspecto en su comunidad para usted?

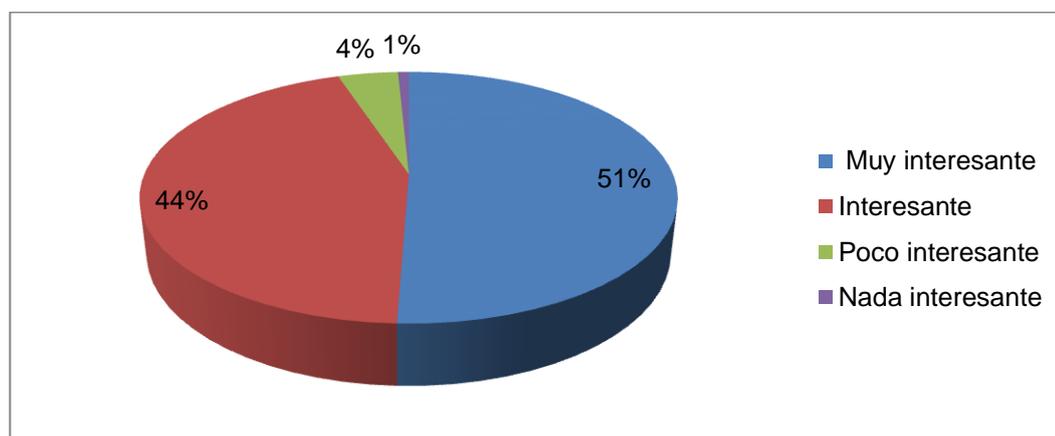
TABLA 20 nivel de importancia

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
	Muy interesante	129	50,59
	Interesante	113	44,31
	Poco interesante	11	4,31
	Nada interesante	2	0,78
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 13 nivel de importancia



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de nuestros encuestados se pudo apreciar que la mitad dijo que el proyecto le parece muy importante la creación de una empresa de éstas características por que mejoraría la producción económica de la Provincia y a aceleraría el crecimiento de los pueblos, mas de una cuarta parte opinó que es una idea interesante porque demuestra interés en querer ayudar a las zonas rurales en su progreso socioeconómico, y un mínimo porcentaje dijo que es una idea poco interesante.

12.- ¿Sería usted un cliente más que consumiría nuestros productos?

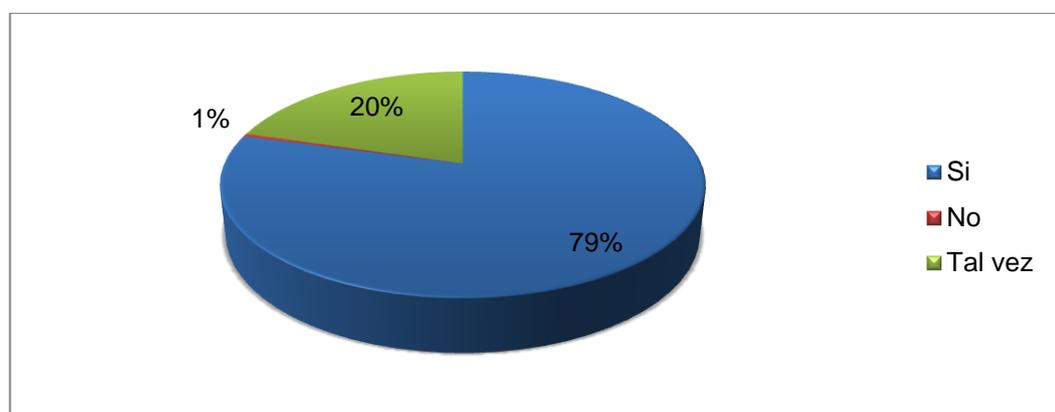
TABLA 21 posibles clientes

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	202	79,22
	No	1	0,39
	Tal vez	52	20,39
	Total	255	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 14 posibles clientes



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

La gran mayoría de los encuestados representado en hombres y mujeres de la Provincia de Santa Elena mencionó su predisposición a ser nuestros futuros consumidores para nuestros productos, esto representa un gran interés de la población en conocer probar los jugos y néctares, lo que representa algo positivo para nuestro proyecto. Mientras que un porcentaje representado en la cuarta parte de nuestra población respondió que no le interesaría adquirir el producto no explicaron sus motivos.

13.- ¿Le gustaría que la ubicación de la empresa procesadora de jugos sea en Palmar?

(Pregunta dirigida a 26 personas de la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena)

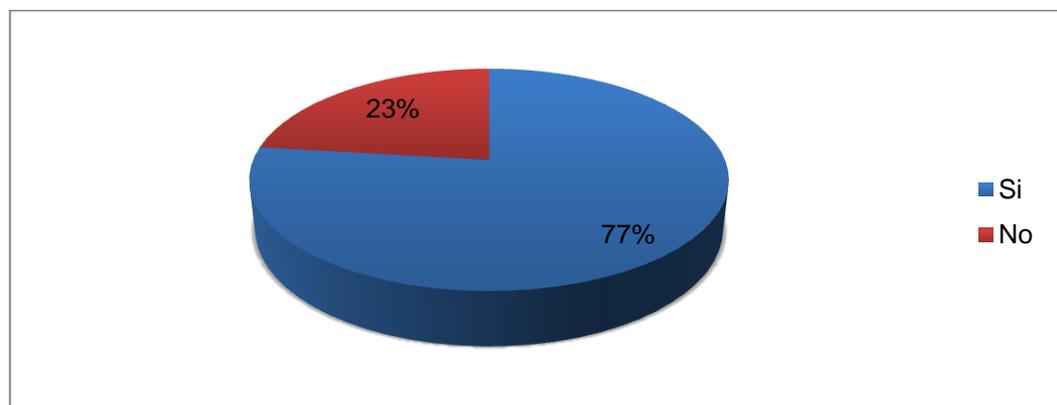
TABLA 22 ubicación de la empresa

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
	Si	20	76,92
	No	6	23,08
	Total	26	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 15 ubicación de la empresa



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

Del total de la población encuestada mencionaron estar de acuerdo que si se ubique la planta procesadora de pulpas de frutas para elaborar néctares y jugos cítricos en el balneario Palmar, mientras que una cuarta parte mencionó estar en total desacuerdo en que ésta planta envasadora y procesadora se ubique en esta población, por que causaría un gran impacto al medio ambiente y cambiaría el aspecto físico de la localidad afectando el turismo creciente en éste balneario de la costa Ecuatoriana que está creciendo económica y turísticamente.

¿Por qué le gustaría que la ubicación sea en Palmar?

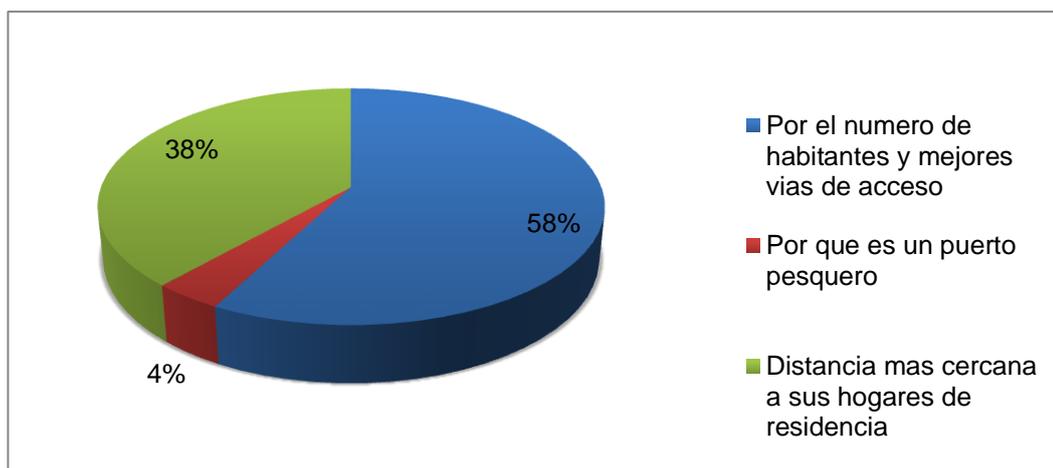
TABLA 23 ubicación de la planta

N ^o	ITEM	FRECUENCIA	%
	Por el número de habitantes y mejores vías de acceso	15	57,69
	Porque es un puerto pesquero	1	3,85
	Distancia más cercana a sus hogares de residencia	10	38,46
	Total	26	100,00

Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 16 ubicación de la planta



Fuente: Encuestas en la Prov. de Sta. Elena (Parroquia Colonche)

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Análisis.-

la mitad de nuestros encuestados menciono estar de acuerdo que se ubique en Palmar por el gran número de habitantes y por qué posee mejores vías de acceso entre otras características que ayudarían a la ubicación de ésta fábrica, la cuarta parte dijo que a ellos no les agrada la idea de que se ubique en Palmar por la distancia que hay entre este Puerto y la Cabecera Parroquial de Colonche.

3.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

De acuerdo a los estudios realizados hemos obtenido información necesaria que nos demuestra la factibilidad del proyecto, llegando a las siguientes conclusiones:

- Al verificar en la base de la superintendencia de compañías se ha logrado determinar que no existe ninguna empresa envasador y procesadora de jugos de frutas en la Provincia de Santa Elena, por la cual nuestra empresa tienen una gran oportunidad dentro del segmento hacia el cuál se dirige al ser pionera en la producción de Néctares y jugos envasados siendo esto una ventaja para ser una empresa líder en el mercado Peninsular y , dentro de pocos años empezar a competir al mercado nacional y convertirnos en los lideres en néctares y jugos envasados.
- Contaremos con la aceptación de los sabores más adquiridos por el consumidor como son: Naranja, Mango, Limón, a pesar de que este último no se produce en ésta región es nuestra obligación satisfacer las necesidades de nuestros clientes e implementar este nuevo sabor.
- Dado que nuestro objetivo es posicionarnos en la mente del consumidor lanzaremos una campaña masiva de publicidad, recurriendo así a las radios, canales de televisión, redes sociales, entre otros medios y no solo por el momento de lanzamiento , si no realizar monitoreos continuos para que nuestros consumidores no pierdan el interés por nuestros productos .
- Gracias a las simulaciones realizadas podemos demostrar la factibilidad económica con la que cuenta nuestro proyecto, aun si se enfrentara a variaciones con referencias al número de ventas y los gastos administrativos.

RECOMENDACIONES

- Debido a que nuestros productos serán nuevos en el mercado es recomendable implementar un adecuado plan de mercadeo que permita que todos nuestros clientes conozcan los beneficios y bondades que tienen estas frutas de esta manera garantizaremos la aceptación de los sabores que lanzaría al mercado nuestra compañía y gracias a esto garantizar la factibilidad del proyecto.
- Es importante reconocer que a pesar que el sabor a maracuyá no fue tan aceptable por los clientes, y a pesar de ser una de las frutas más producidas en la región, nos arriesgaríamos a lanzar jugos con sabor a esta deliciosa fruta, ya que su valor adquisitivo es mínimo, analizando que en caso de no tener aceptación por los consumidores, no sería gran pérdida económica a la que nos enfrentaríamos.
- Ser minucioso en el control de calidad de la materia prima desde que llega hasta que entra al proceso de limpieza como en el proceso de producción en todos sus aspectos, realizando innovaciones periódicas, con el fin de tener una producción eficiente, rápida y segura como también un gran producto de excelente calidad que impacte a nuestros clientes. Y demostrar que estamos preparados para estar al margen de las grandes industrias de jugos.
- Reforzar periódicamente según expertos es necesaria ésta actividad cada 2 meses, como está el posicionamiento de nuestra marca y nuestros productos en el mercado a través de campañas publicitarias, degustaciones, sondeos, afiches entre otras opciones lo que permitirá mayor participación en el mercado y mejorarla si es el caso de que estamos perdiendo clientes.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS, EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014

1.1.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado, se mide por el consumo, en la clasificación de las bebidas los Jugos envasados ocupan un gran porcentaje en degustación, tanto como el agua y los alimentos consumidos diariamente. En este caso la compra del mismo se realiza con el objetivo de satisfacer un gusto no una necesidad.

Existen varios tipos de demanda, las mismas que se pueden clasificar según:

TABLA 24 tipos de demanda

Su oportunidad	✓ Demanda satisfecha
	✓ Demanda insatisfecha
Su necesidad	✓ Demanda de bienes necesarios
	✓ Demanda de bienes no necesarios
Su temporalidad	✓ Demanda continua
	✓ Demanda estacional
Su destino	✓ Demanda de bienes finales
	✓ Demanda de bienes intermedios

Fuente: Demanda y sus componentes

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Dentro de la clasificación de los jugos envasados vendría estar en la demanda de un bien necesario o de gusto, que es adquirido según la necesidad y el gusto del cliente.

Precio

La importancia del estudio radica en el hecho de que a base de ellos se determina los ingresos de la empresa.

El precio debe estar justificado con un producto de excelente calidad que sea competitivo ante la oferta existente que exista en el mercado.

1.2 .-DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

El universo son todas las unidades sobre las cuales se busca información.

Por lo tanto está conformado por las personas entre 18 a 80 años de edad que habitan en la Provincia de Santa Elena, ya sea de sexo masculino o femenino raza, o identidad cultural. La población total objetiva es de 176260 personas

1.3 .- IDENTIFICACION DE LOS CLIENTES META

1.3.1.- Género

Se orientara a ambos sexos sin discriminar creencias y orientaciones sexuales diferentes a las establecidas

1.3.2.-Edad

Estará dirigido a las personas entre 18 a 80 años de edad de la Provincia y del País en general.

1.3.3.- Ingreso Aproximado

Las pautas de consumo de jugos envasados se derivan de las decisiones de compra según las restricciones de los recursos disponibles, por tal motivo, quienes tienen la decisión de compra, y no poseen un nivel de ingreso bueno, tienden a adquirir

productos de bajos costos que estén a su alcance económico sin importar muchas veces la calidad del producto, como también existen personas con poder adquisitivo alto que pueden degustar néctares y jugos envasados con precios sumamente elevados.

1.3.4.- Nacionalidad

Nuestra meta es dirigirnos al consumidor ecuatoriano, pero en dado caso de que nuestro proyecto resulte factible y de gran alcance no descartaríamos la posibilidad de exportar nuestros productos de calidad.

1.3.5.- Geografía

GRÁFICO 17 Provincia de Santa Elena



Fuente: mapa territorial de Santa Elena

1.4.- Frecuencia de uso/Compra

En la actualidad la población por factores sociales consume jugos envasado en un 71.23% más por cantidad que por calidad una de las razones es su costo que está al alcance muchas familias ecuatorianas sea estas de cualquier nivel social ya que el valor más elevado de un jugo envasado el de mayor tamaño no sobrepasa los \$0.75 los envases pequeños y los \$ 2.00 los de tamaño personal.

Demanda Actual

Mediante el estudio realizado se ha determinado que la demanda actual de jugos envasados. Está dado por el número de personas que se encuentran interesadas en consumir dichos productos que están por salir al mercado. Según los resultados que arroja nuestra encuesta se estima que un 79.22% afirmó que compraría el producto por qué les parece una magnífica idea la de crear una empresa envasadora netamente de la provincia y que aproveche todas las cosechas de frutas que posee la Parroquia Colonche dándole un acabado final e industrializarlo. Un 0.39% dijo que no compraría el producto por qué no consume jugos envasados, mientras que el 20.39% dijeron que debían probar primero el producto para ver la calidad y verificar si es o no aceptable.

1.5.- Proyección de la Demanda

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento anual T.C.A, ya que no se disponía de otras fuentes confiables para realizar la proyección de la demanda.

TABLA 25 proyección de la demanda

Año	Población	Tasa de crecimiento anual
2013	139653	6983
2014	146636	7332
2015	153967	7698
2016	161666	8083
2017	169749	8487
2018	178237	8912
2019	187148	9357
2020	196506	9825
2021	206331	10317
2022	216648	10832

Fuente: Proyección de la demanda
Elaborado por: Jimmy Quimi González

2.- Análisis de la oferta

La oferta no es más que la cantidad de servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado.

Los principales abastecedores de la Compañía envasadora de néctares y jugos cítricos serán los productores de frutas de la Parroquia Colonche; mostrando la cantidad ofertada de acuerdo como se muestra en el siguiente cuadro de acuerdo a las entrevistas realizadas.

2.1.- IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Ajecuador Machala – Ecuador

historia

AJEGROUP, fundada hace 23 años, es una industria multinacional con holding en España y presencia en 20 países. Para hacer frente a todos los mercados, la compañía tiene 22 fábricas, 20.000 colaboradores y 120 centros de distribución propios. Una infraestructura que atiende más de un millón de puntos de venta, y que permiten vender cada año tres mil millones de litros de bebidas, entre cervezas, refrescos, bebidas energéticas, bebidas isotónicas, aguas, jugos y tés.

El Grupo se dedica a fabricar y comercializar productos innovadores y de calidad internacional a precios muy competitivos para los consumidores más exigentes. Esta estrategia le permitió una exitosa expansión en los países donde opera actualmente. El plan de la compañía es ampliar su negocio en todo el mundo.

Misión AJE

Ser la mejor alternativa de productos elaborados en busca de la excelencia de forma integral, para contribuir al bienestar de la sociedad.

Visión AJE

Ser una de las 20 mejores empresas multinacionales del mundo para el 2020.

CALIDAD Y CERTIFICACIONES

Altos Estándares

Tanto AJE como la industria de bebidas han madurado notablemente en la última década. La automatización del proceso de producción ha generado mejoras en los procesos que aseguran la calidad óptima del producto final.

La producción sigue procesos certificados con estándares como el ISO-9001:2008 y el ISO-22000:2005.

AJE opera sus plantas usando herramientas de la más alta tecnología en el mundo, incluyendo sistemas de gestión y prácticas de calidad como SMED (single minute Exchange die), TPM (total productive maintenance), 5 S's, Value Stream Mapping, minimización de desperdicios, Kaizen, monitoreo efectivo, equipos de trabajo multidisciplinarios, y solución de problemas en la misma fuente donde se detectan.

En el año 2008, Cerveza Franca, obtiene una auditoría del Research Center Weihenstephan (RCW), instituto que es reconocido mundialmente por sus minuciosas investigaciones en el ámbito cervecero. Es así que después de un análisis minucioso del producto y de procesos, Aje obtiene la certificación de Producto Premium de Alta Calidad.

Si bien el mercado ecuatoriano era abastecido desde el Perú, los altos costos de transporte y el incremento del consumo hicieron necesaria la instalación de plantas propias, aunque en un principio se alquiló una en la ciudad de Machala. Así, en 2002 se puso en operación una planta en Guayaquil para la producción y embotellado de Kola Real y Sabor de Oro. Siguiendo su estrategia de abrir nuevos frentes en el mercado de bebidas, AJE introdujo los 2007 productos en las categorías de citrus y néctares, lo que le ha permitido ampliar el abanico de

oportunidades para los consumidores ecuatorianos. A diferencia de otros mercados, en Ecuador AJE también comercializa refrescos en envases de vidrio retornable -que fabrica en una planta ubicada en Machala

Tesalia spring company
Machachi –Ecuador

The Tesalia Springs Company es la primera empresa de agua embotellada y derivados del Ecuador. Todo el esfuerzo y dedicación de un grupo de empresarios ecuatorianos se ve reflejado en el liderazgo consolidado de nuestras marcas en el mercado nacional e internacional. Nuestra Misión Existimos para generar experiencias memorables de consumo, en el mercado ecuatoriano y en el mundo. Nuestra Visión Ser la organización ecuatoriana innovadora y LÍDER en bebidas, a través de negocios socialmente responsables, que generen valor al socio comercial, a los colaboradores, accionistas y a la comunidad.

Origen: Su nombre viene de la palabra alemana Guitig, que significa bondadoso.

Agua natural de mesa sin rival, digestiva y estimulante. Cura las enfermedades del estómago, hígado y riñones. Recomendada por las mejores facultades médicas, del país y del extranjero”. Así se publicitaba en sus albores la marca Gütig en 1909. El único propietario del negocio, en ese entonces, Manuel Zaldumbide Arteta, la vendía en la Botica y Droguería Inglesa, de Quito.

La publicidad también destacaba sus propiedades naturales: “Se conserva mucho tiempo sin sufrir alteración. No tiene sustancias orgánicas, sus gases son naturales. Se consume en grandes cantidades en los mejores hoteles”. La marca había sido bautizada unos años antes por un visitante alemán que al probar el agua exclamó: “¡gütig!”, que en español significa bueno y desde entonces se la denominó así. La verdadera historia de la ancestral firma empieza, sin embargo, cuando la familia

Zaldumbide decide industrializar el producto. Para ello, llamó a inversionistas nacionales y constituyó The Tesalia Springs Company en 1921. Entonces, se importó maquinaria y botellas francesas para industrializar la producción de agua mineral. Los envases eran verdes, semejantes a las botellas del exclusivo champán europeo Perrier, con la única diferencia de que las botellas ecuatorianas tenían ya el característico oso polar que se mantiene hasta hoy. Aunque adquirió socios a lo largo de su historia, estos siempre fueron ecuatorianos.

No obstante, esto dio un giro el año pasado, cuando Tesalia decidió compartir su negocio con un socio extranjero, según un informe que publica hoy LÍDERES. En este semanario se informa que en mayo del 2012, la casi centenaria empresa formó una asociación comercial (Join Venture) con la Corporación de Bebidas Continental y del Caribe (CBC), con sede en Guatemala, para un proyecto de consolidación en el mercado ecuatoriano. Con ello, anuncia el reporte, el 99,43% de la firma pasó a CBC Ecuador, compuesta en un 50% por la firma centroamericana y en un 50% por socios ecuatorianos. Antes, el total de la compañía estaba en manos locales.

2.2.- DEMANDA INSATISFECHA

La demanda de productos como néctares y jugo cítricos procesados en la planta Isabela supera al desarrollo de su producción de jugos y envasados en la Provincia de Santa Elena convirtiéndose en un mercado no satisfecho.

El producto está segmentado para todas las personas de 18 a 80 años de edad que necesitan consumir jugos y néctares puros con sabor fresco y sano que esté fuera de cualquier sustancia química o aditiva para cuidar su salud y que se sientan tan frescos como si estuviesen consumiendo la propia fruta ya la frescura de la propia fruta causará que nuestros productos seas deliciosos y refrescantes.

3.-Marketing mix

3.1.- PRODUCTO

Nuestros productos naturalmente serán los Néctares y frutas y jugos cítricos entre los que constan:

TABLA 26 características del producto

Nombre del Producto	Tamaño	Peso	Características del envase	Sabor
<i>Néctares Pura Fruta</i>	<i>30 cm</i>	<i>1 litro</i>	<i>Tetra pack Vidrio botella personal</i>	<i>Mango Durazno</i>
Nombre del Producto	Tamaño	Peso	Características del envase	Sabor
<i>Jugos Punch</i>	<i>30 cm</i>	<i>500 ml</i>	<i>Botella de plástico familiar y personal</i>	<i>Limón Naranja Maracuyá</i>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Todos dirigidos a la Población de la Provincia entera y el País sin distinción de raza, etnia cultural y género de clase media-media a media-alta.

3.2.- PRECIO

3.2.1.- Estrategias de precios

Para analizar los precios de nuestros productos se tomó en cuenta tres métodos principales para la fijación del precio:

Fijación de precios de penetración; Se utiliza el precio bajo para captar la mayor parte del mercado.

Fijación de precios para ajustarse a la competencia: en esta se debe diferenciar el producto, ya sea por su calidad o servicio, el análisis de preciso se ha tomado en cuenta en base a los análisis de los precios ya establecidos en el mercado actual el cual no varían entre:

Néctares en botellas de Vidrio 20 ml	\$ 0.75
Néctares en Tetra pack de 50 ml	\$ 1.50
Jugos cítricos Botella personal 20ml	\$ 0.60
Jugos cítricos Botella Familiar 120 ml	\$ 1.70

3.3.- ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

En la industria de los jugos envasados y néctares, se pueden encontrar varias opciones para la comercialización, hasta que el producto llegue al consumidor final; pero tomando en cuenta la ubicación de la empresa y la comercialización del producto, la distribución de los jugos y néctares envasados se hará de forma directa de la empresa a las despensas, supermercados y tiendas del barrio.

El segmento del mercado al cual básicamente se orientara el presente proyecto, son los establecimiento cuya principal actividad comercial es la de ofrecer el producto a personas que deseen adquirir ya sea por degustarlo en el momento o para disfrutarlo en el almuerzo familiar

3.3.1.- Identificación del Canal Óptimo

Los diferentes canales de distribución serán:

TABLA 27 canal optimo

Canal	Recorrido
Directo	→ Consumidor Final
Corto	→ Consumidor Final
Largo	→ Consumidor Final
Doble	→ Consumidor Final

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

3.4.- PROMOCIÓN

Al tomar en cuenta que la demanda de los jugos envasados y néctares es concurrida en un 80% será una campaña masiva la que despertara la atención de nuestros clientes por ser un producto nuevo en el mercado , el primer lanzamiento será en los eventos sociales a desarrollarse en la Capital Santa elenense y demás lugares claves de la Península y el país así como el lanzamiento de la Página Oficial de Jugos Isabela en la Web, se creara la página oficial mediante redes sociales como Facebook y twitter, además se realizaran campañas del producto utilizando las radios locales los canales de televisión de la Provincia, y la prensa escrita como diario Súper de la Península de Santa Elena, y con sondeos periódicos que determinen el grado de satisfacción del consumidor con el producto entregado la publicidad jugaran un papel importante en el mercado , en el momento en que la población tenga conocimiento de la existencia del producto.

ILUSTRACIÓN 2 portada del envase de vidrio



Fuente: Diseño Original
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 3 portada del envase de plástico



Fuente: Diseño Original
Elaborado por: Jimmy Quimi González

Marca logo de la Compañía

La marca será Isabela en honor a la Sra. Isabel González Guale, mi querida madre mujer emprendedora y quien ha iluminado mis senderos

ILUSTRACIÓN 4 logo y slogan de la empresa



Fuente: Diseño Original

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Slogan

Tomando en consideración que nuestro objetivo es brindar productos frescos elaborados con la mayor dedicación y la mejor materia prima hemos elegido como slogan: “Solo lo mejor del campo”

3.4.1.- Presupuesto de promoción

TABLA 28 presupuesto de lanzamiento

<u>PRODUCTOS</u>	<u>cantidad</u>	<u>valor unitario</u>	<u>TOTAL PROMOCIÓN.</u>
Página Web	1	350	350
Televisión	2	500	1000
cuñas Radiales	12	6	72
Valla publicitaria	1	120	120
TOTAL DE PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN.			S/. 1.542,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

TABLA 29 presupuesto proyectado

PROMOCIÓN				
PRODUCTOS	Cantidad	valor unitario	TOTAL PROMOCIÓN.	ANUAL
Televisión	2	500	1000	12000
cañas Radiales	12	6	72	864
Valla publicitaria	1	120	120	1440
TOTAL DE PRESUPUSTO DE PROMOCIÓN.			S/. 1192	S/. 14304

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

3.5.- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Para desarrollar nuestro proyecto emplearemos dos tipos de estrategias para demostrar nuestra fuerza en el mercado

Matriz BCG (Boston Consulting Group)

Es una matriz de crecimiento – participación que se basa en dos dimensiones principales

- El índice del crecimiento el mercado
- La participación relativa en el mercado, que se refiere a la participación en el mercado de la UEN (Unidad estratégicas de negocios), con relación a su competidor más importante

Tomando en cuenta que en el desarrollo de la matriz BCG, los néctares y jugos envasados se encuentran en el cuadrante de interrogación , el objetivo de esta estrategia es incrementar el mercado de esta unidad estratégica de negocio, aun teniendo que invertir mucho dinero en incluso teniendo que renunciar a ingresos a corto plazo para poder llegar a lograrlo, ésta estructuración es efectiva para los productos que se encuentra dentro del cuadrante de interrogante cuyas participaciones deben crecer para así poder convertirse en productos estrellas

ILUSTRACIÓN 5 matriz bcg

Participación relativa del mercado



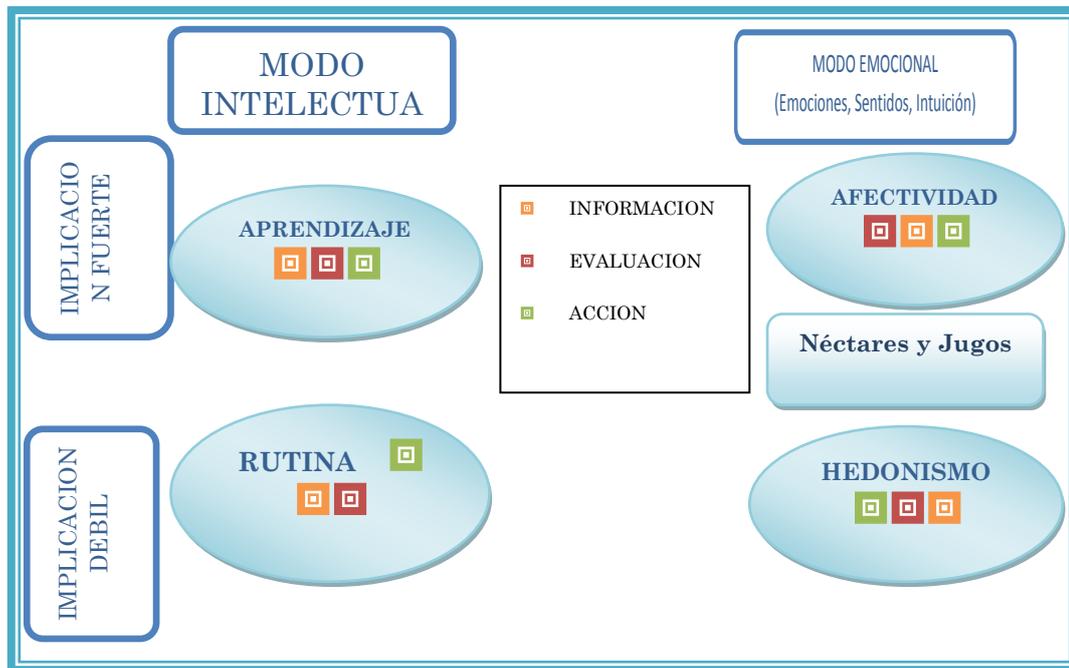
Fuente: Philip Kotler – marketing
Elaborado por: Jimmy Quimi González

Según estos criterios los Néctares y Jugos Isabela deberá estar ubicada en el cuadrante de interrogante, ya que es un producto nuevo, lo que se espera de nuestro producto es que tenga una baja participación de mercado en la fase de introducción; pero a su vez se puede definir el mercado como de alto crecimiento

Matriz de Implicación FCB (Foote, cone y belding)

Esta matriz analiza el comportamiento de los clientes en la elección de compra, ésta varía según la línea, y puede darse por aprendizaje sobre el producto, por afectividad a un determinado artículo, también por rutina o en otro caso por hedonismo, factores que resultan de evaluar las reacciones intelectuales y afectivas del cliente con respecto a cada línea.

ILUSTRACIÓN 6 matriz de implicación



Fuente: Philip Kotler – marketing

Elaborado por: Jimmy Quimi González

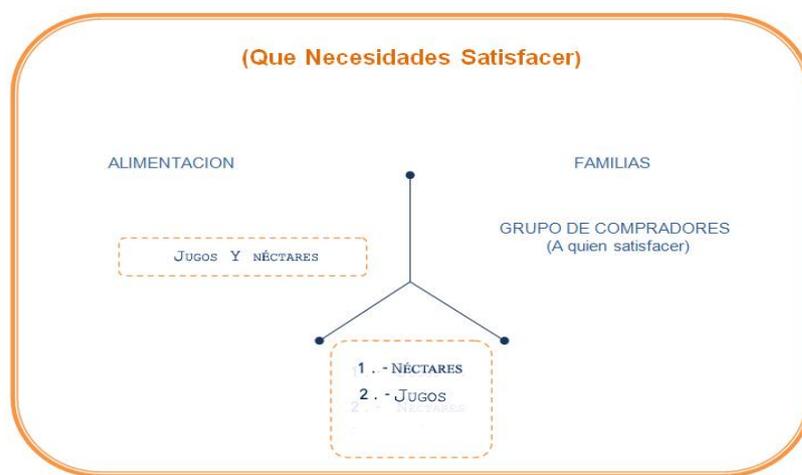
Como Podemos darnos cuenta en la matriz nuestro producto aparece en el cuadrante de afectividad del modelo de implicación FCB; lo cual significa que tiene una implicación fuerte y un modo de compra emocional, la implicación fuerte nos permite conocer con exactitud cuáles son las características que prefiere el posible consumidor al momento de adquirir nuestro producto (Néctares y jugos cítricos) , como primero se informan sobre las características del producto , luego analizan y evalúan los beneficios que ella contiene y finalmente efectúan la acción de compra.

Por otro lado el modo emocional nos da la capacidad de conocer a ciencia cierta cómo reacciona el cliente al momento de realizar la compra si estos son producto de las emociones o impulsos, Para finalizar, ya que el producto aparece en afectividad se deberá poner en práctica una campaña que esté basada en la intuición y las emociones de los consumidores despertando así interés en ellos y lograr el objetivo final.

Macro –segmentación

La macro segmentación divide el mercado objetivo en diferentes segmentos que tengan características similares y que por lo general no presentan grandes diferencias entre si la macro-segmentación del producto empieza con la selección del mercado en donde el producto va a ser distribuido que es en la Provincia entera , debido a que es una zona económica en desarrollo potencial

ILUSTRACIÓN 7 macro-segmentación



Fuente: Philip Kotler – marketing
Elaborado por: Jimmy Quimi González

En este caso la Macro –segmentación estaría compuesta por los, consumidores finales que serían las familias de la Provincia de Santa Elena

Para satisfacer las necesidades de nuestros clientes nuestros productos serán innovadores, frescos y sobre todo económicos para obtener grandes resultados

Micro-segmentación

La micro segmentación, en cambio, requiere generalmente del análisis del comportamiento de compra, este análisis consiste en descubrir segmentos de interés en el interior de cada uno de los productos –mercado seleccionados, y establecer una estrategia de marketing específica para cada segmento.

Fuerzas de Porter

El análisis de Porter de las cinco fuerzas es un modelo estratégico que permite analizar cualquier industria en término de rentabilidad a largo plazo de un mercado. Lo principal es que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos dados por las cinco fuerzas o el diamante de Porter que rigen la competencia industrial

ILUSTRACIÓN 8 fuerzas de Porter



Fuente: Philip Kotler – marketing
Elaborado por: Jimmy Quimi González

4. – Estudio técnico

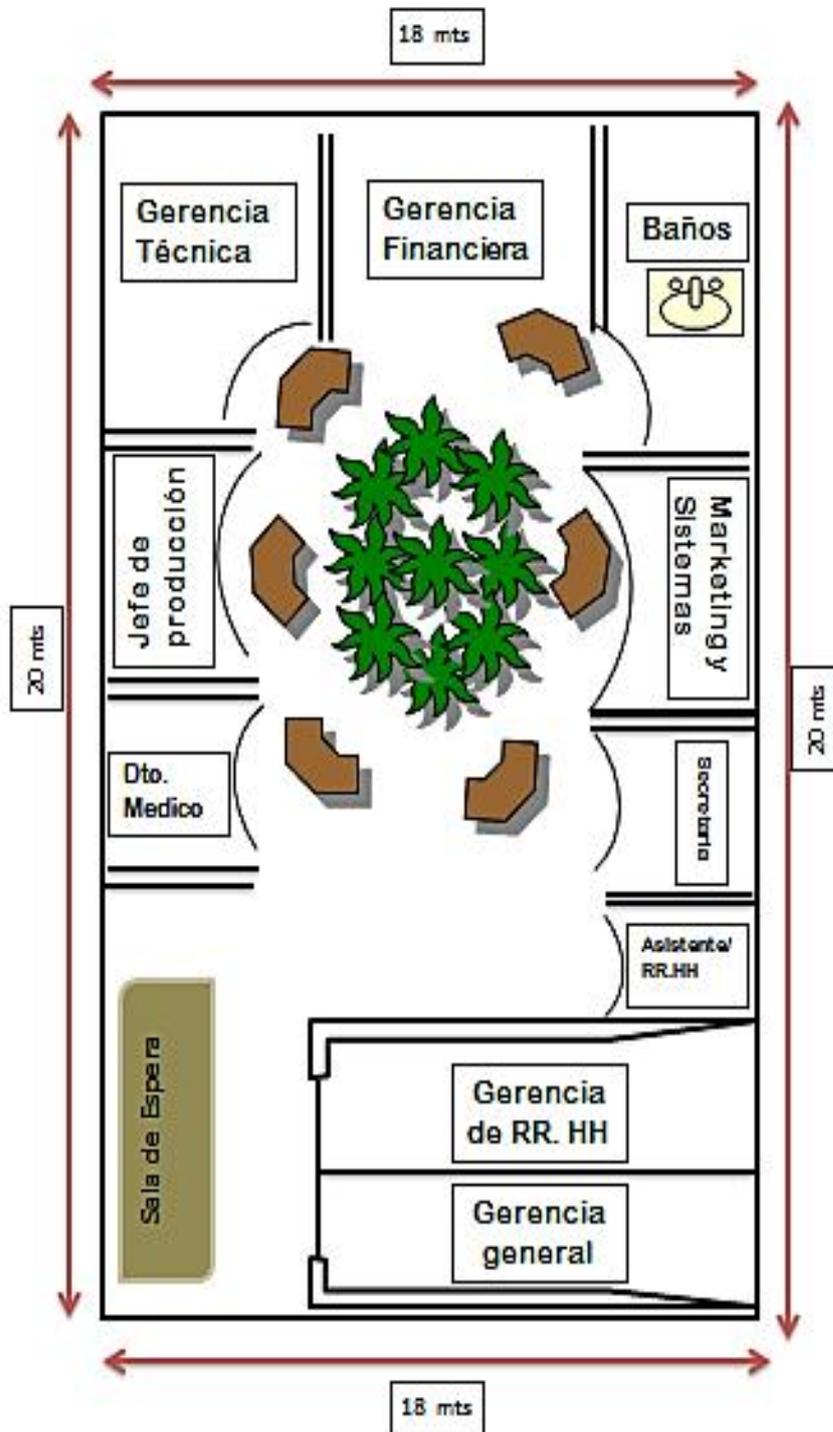
El estudio técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización y distribución de los recursos necesarios, así como también el tamaño y localización de la planta, además analiza la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible

4.1.-INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Para el funcionamiento de la empresa se tiene una instalación la cual cuenta con un galpón, esta instalación se ubicara en el Barrio Pueblo Nuevo del Balneario Palmar donde se encuentra una dimensión de 80x 80 metros cuadrados propiedad de la Familia Quimi González, las oficinas se encontraran en la misma planta la cual contendrá área de Gerencia Técnica, gerencia Administrativa, área de ventas, entre otras.

La planta donde se tratará la materia Prima estará compuesta por el área de recepción de la materia Prima, lavado , triturado , entre otras , todas equipadas con tecnología de punta tal como lo exigen las normas de calidad e Higiene del Ecuador para elaborar un producto óptimo y de calidad, para el área de recepción estará dotado de un personal calificado experto en alimentos para garantizar que nuestra materia prima sea de calidad que no afecte con el tiempo a la salud de nuestros consumidores, es importante recalcar que a medida que se valla estructurando nuestra empresa , ésta será modificada según sus necesidades adoptando nuevas tecnologías y herramientas necesarias para el buen desempeño sobre todo para efectuar una buenas prácticas de manufactura dando cumplimiento a todas las normas de sanidad de nuestro país, sobre todo con el medio ambiente ,tal como lo exige las normas de medio ambiente.

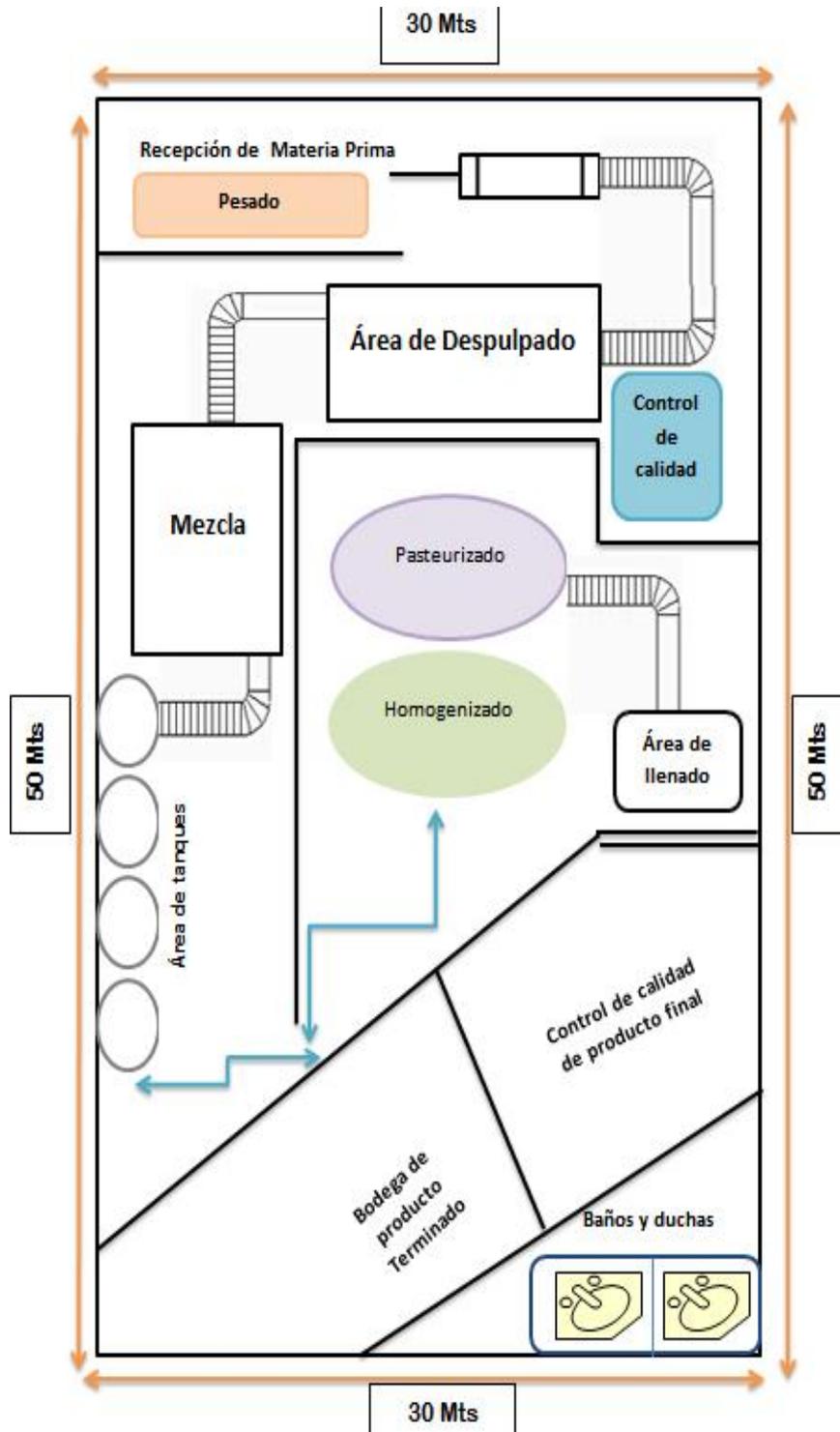
ILUSTRACIÓN 9 diseño de las oficinas



Fuente: Diseño original

Elaborado: por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 10 diseño de la planta procesadora



Fuente: Diseño original

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Primero se encuentra la bodega de almacenamiento de la materia Prima , luego en la planta la primera máquina es de lavado a presión que al ingresar la fruta por esta máquina es desinfectada y lavada con agua esterilizada , seguidamente de la maquina despulpadora que es la encargada de separar las semillas y la raíz y dejar solo la pulpa ,carne, o zumo de la fruta que servirá para elaborar los néctares y jugos cítricos, el cual pasa a los diferentes tanques donde se mezcla junto a los demás elementos que ayudaran a obtener el producto final , luego pasa por homogenizado y pasteurizados para finalmente pasar a la envasadora ,el respectivo etiquetado y codificado.

En la investigación sobre la localización de la planta y departamentos se debe tomar en cuenta aspectos como:

- ✓ En la planta todos los trabajadores deben estar encarados en una misma dirección, con la luz natural llegándoles por el hombro izquierdo o desde atrás.
- ✓ Las oficinas de los directivos se colocarán donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos.
- ✓ Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva, inducen respeto y comodidad en los visitantes, y motiva la eficiencia de los empleados.
- ✓ En la planta tanto el cielo como las paredes deben ser de materiales lavables y no absorbentes ni porosos.
- ✓ La iluminación tiene que ser natural en lo posible y de ser artificial colocar una buena iluminación a fin de desarrollar las actividades sin limitaciones y evitar accidentes.
- ✓ La ventilación debe ser adecuada, mediante la eliminación de olores muy contaminantes pero esta no debe ser excesiva.
- ✓ Los pisos deben ser de materiales sólidos no de tierra, ni de cubierta vegetal, con un drenaje adecuado mediante una pendiente evitando pisos resbaladizos

TABLA 30 presupuesto de infraestructura

Datos	Valor
Obra Física de la Planta	15700,36
Obra física de las Oficinas	15059,49
TOTAL	30759,85

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.2.- CAPACIDAD INSTALADA

Para determinar la capacidad instalada de la empresa se debe tomar en cuenta factores como son: demanda del producto, espacio físico o infraestructura disponible, materia prima.

Se cree que nuestra producción diaria será de:

TABLA 31 capacidad instalada

CAPACIDAD DE PRODUCCION DE ENVASES			
Diarios	Semanal	Mensual	Anual
1500	9000	36000	432000

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.3.- TAMAÑO

Se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: el diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, los recursos necesarios a utilizar etc., que permita identificar el sector o los sectores en los que se debe ubicar el proyecto. Analizar y determinar la localización y el tamaño adecuado,

los equipos, maquinarias, como los materiales directos e indirectos, insumos, mano de obra, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la

producción del producto y verificar la posibilidad técnica de producción de los néctares y jugos envasados en la Parroquia Colonche , la localización es un elemento fundamental en el desarrollo del proyecto ya que de esta depende el éxito o fracaso de la empresa en diferentes aspectos, la localización debe ser adecuado y acorde a las necesidades del negocio pues esta relaciona íntimamente con la comercialización distribución y venta de los productos.

Otro elemento fundamental dentro del proyecto es el tamaño, el cual debe responder a las necesidades de satisfacer la demanda de determinado bien , e condiciones de obtener los mejores resultados para la empresa, pues el tamaño está profundamente ligado con la oferta y la demanda del producto la inversión corresponde a un conjunto de gastos , en los que se debe incurrir aquí se describe los gastos de recursos en activos: como maquinarias edificios , terrenos, equipos, instalaciones, muebles y enseres, diferidos, capital de trabajo etc.

Las materias primas e insumos son partes importantes para la elaboración del producto pues se debe conocer su origen ya que de esto depende su calidad

Los costos de mano de obra es un factor importante dentro de los costos de producción de un proyecto tomando en cuenta aspectos como: el desarrollo de los procesos productivos, la especialización del personal requerido, leyes laborales, etc. el recurso humano se clasifica en mano de obra directa, mano de obra indirecta, personal administrativo y de ventas

4.4.- UBICACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de la localización debe complementar los asuntos relacionados con la expansión, diversificación, y descentralización de la planta.

Por estas razones es fundamental determinar correctamente el lugar donde se instalara la empresa

La Localización de la empresa debe poseer el acceso a servicios básicos, en bienestar de la empresa su producción y la calidad del producto.

Para determinar el lugar de localización de la empresa es importante tomar en cuenta aspectos como:

- La distribución del producto es locales tiendas, licorerías y supermercados
- Una instalación adecuada ya existente
- Maquinarias y equipos
- Adecuada estructura organizacional
- Ventas personales con visitas periódicas, por teléfono, internet

ILUSTRACIÓN 11 ubicación de la planta



Ubicación de la Planta
Fuente: Google earth

La Provincia de Santa Elena se encuentra en el margen costero del país, la cual se encuentra cerca de lugares donde se pueden proveer de los insumos necesarios que requiera la producción de los productos.

Los productores se encuentran en la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena.

4.5.- DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

Los procesos consisten en el establecimiento de un conjunto de actividades secuenciales, que partiendo de los insumos, permita la obtención de un producto en las mejores condiciones y al menor costo posible.

Para la elaboración de los néctares de pulpa de fruta se ha establecido el siguiente proceso de producción

4.5.1.- Diagrama de flujo de los procesos

GRÁFICO 18 proceso de producción de néctares



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

GRÁFICO 19 proceso de producción de jugos cítricos



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.6.- DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Proceso de producción de Néctar en sabor a: Mango y Durazno

Recepción

Se inicia el proceso con la recepción de las materias primas e insumos en este caso del mango y el durazno que previamente han cumplido con los parámetros de revisión.

Enjuague

A la fruta desinfectada se le debe retirar los residuos de desinfectante y microorganismos mediante lavado a chorro con agua potable fría. No es conveniente enjuagarla sumergiéndola en tanques de agua que cada vez estará más contaminada.

Despulpado

En éste proceso se coloca la fruta en la bandeja receptora de la maquina despulpadora que llevará a la fruta hasta su interior donde las paletas de presión harán que automáticamente se separe la pulpa de la fruta de los demás residuos como las cascara y las semillas. El principio en que se basa es el de hacer pasar la pulpa - semilla a través de un tamiz. Esto se logra por el impulso que La fuerza centrífuga de giro de las paletas lleva a la masa contra el tamiz y allí es arrastrada logrando que el fluido pase a través de los orificios del tamiz. Es el mismo efecto que se logra cuando se pasa por un colador una mezcla de pulpa - semilla que antes ha sido licuada. Aquí los tamices son el colador y las paletas es la cuchara que repasa la pulpa - semilla contra la malla del colador.

La máquina arroja por un orificio los residuos como semilla, cáscaras y otros materiales duros que no pudieron pasar por entre los orificios del tamiz.

Los residuos pueden salir impregnados aún de pulpa, por lo que se acostumbra a repasar estos residuos, estos se pueden mezclar con un poco de agua o de la misma pulpa que ya ha salido, para así incrementar el rendimiento en pulpa. Esto se ve cuando el nuevo residuo sale más seco y se aumenta la calidad de pulpa.

Mezclado

Una vez filtrado el jarabe simple, es bombeado hacia un tanque de preparación donde se procede a la mezcla de las materias primas para la elaboración del jugo, se emplea solo agua purificada en cierta cantidad, y azúcar.

Homogenizado

La mezcla es bombeada hacia el tanque homogeneizador donde se logra obtener una textura fina y libre de grumos. La función del homogeneizador es compactar las partículas que están disueltas y hacer una mezcla, homogénea.

Pasteurizado

Esta solución bien mezclada es bombeada a través de un cambiador tubular, de calor para su pasteurización.

Enfriamiento

Enseguida es llevado a la fase de enfriamiento, por medio de agua helada a una temperatura promedio de 4° C.

Envasado

Luego es bombeado y pasa a la máquina llenadora de jugos, donde las botellas de vidrio, deben ser previamente rinseadas, es decir sometidas al lavado en agua caliente. 53

Etiquetado

La siguiente ruta es hacia la máquina etiquetadora. Una vez etiquetado el Producto, pasa por la codificación automatizada.

Tapado

Enseguida pasamos a la máquina de sellado donde se hará la colocación de las tapas a las botellas.

Empaque

Finalmente el producto es empaquetado y transportado por bandas especiales e introducido en cajas, que son llevadas a la bodega de producto terminado.

Proceso de producción de jugos Refresch en sabor a: Limón, Naranja, Maracuyá y Sandía

Recepción

Se inicia el proceso con la recepción de las materias primas e insumos que previamente han cumplido con los parámetros de revisión.

Enjuague

A la fruta desinfectada se le debe retirar los residuos de desinfectante y microorganismos mediante lavado a chorro con agua potable fría. No es conveniente enjuagarla sumergiéndola en tanques de agua que cada vez estará más contaminada.

Corte

Serán cortadas para extraer su masa interior antes de separar la pulpa. Aunque hay máquinas que lo hacen, nosotros emplearemos la mano de obra directa por parte de los pobladores.

Separación

Esta operación permite retirar la masa pulpa - semilla de frutas como el maracuyá, Se efectúa generalmente de forma manual con la ayuda de cucharas de tamaños adecuados. El rendimiento aumenta si se hace dentro de recipientes plásticos para evitar las pérdidas de jugos.

Exprimido

En este proceso se procede introducir la fruta a la maquina exprimidora que a través de sus prensas lograra obtener la cantidad posible del líquido que contiene cada fruta.

Mezclado

Previamente se tiene lista el agua tratada y desinfectada mezclada con azúcar que es introducida a la mezcladora junto con el extracto de jugo.

Homogenizado

La mezcla es bombeada hacia el tanque homogeneizador donde se logra obtener una textura fina y libre de grumos. La función del homogeneizador es compactar las partículas que están disueltas y hacer una mezcla, **homogénea**.

Pasteurizado

Esta solución bien mezclada es bombeada a través de un cambiador tubular, de calor para su pasteurización, por medio de un choque térmico que se logra incrementando la temperatura de 70 ° a 85° C por tiempo de 15 a 52 segundos para asegurarnos que no queden microorganismos que puedan dañar el producto.

Enfriamiento

Enseguida es llevado a la fase de enfriamiento, por medio de agua helada a una temperatura promedio de 4° C.

Envasado

Luego es bombeado y pasa a la máquina llenadora de jugos, donde las botellas de plástico, deben ser previamente rinseadas, es decir sometidas al lavado en agua caliente. 53

Etiquetado

La siguiente ruta es hacia la máquina etiquetadora. Una vez etiquetado el Producto, pasa por la codificación automatizada, en donde se le otorga una identificación al lote respectivo con su fecha de vencimiento.

Tapado

Enseguida pasamos a la máquina de sellado donde se hará la colocación de las tapas a las botellas.

Empaque

Finalmente el producto es empaquetado y transportado por bandas especiales e introducido en cajas, que son llevadas a la bodega de producto terminado, a una temperatura ambiente debido a los preservantes que tiene el producto hasta su posterior comercialización, cuidadas bajo estricto control de calidad para certificar que la calidad es optima, es necesario conocer también que la temperatura implica mucho en la conservación de los productos , es por ello que se utilizara enfriador.

4.7.- RECURSOS TECNOLÓGICOS

Tecnología

La tecnología que se utilizará para el desempeño eficiente de las actividades de la empresa, son los equipos de oficina y computo, con programas actualizados y acorde a las necesidades de la empresa

Las maquinas a utilizar es el proceso de producción son elaboradas

En el país y son de bajos costos y buena calidad, ya que el proceso no es complejo de realizar, al elaboradas en el país se disminuye el precio de adquisición

4.8.- MAQUINARIAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Las maquinarias y herramientas que la Compañía Isabela necesitara para la elaboración de néctares y jugos cítricos, deberán cumplir con estándares que permitan obtener un producto terminado de óptima calidad

Despulpadora

Para el despulpado es necesario un equipo que además, troce y licue. Que contenga tamices de 0.4 o 0.6 mm que permitan que la pulpa salga totalmente libre de desechos. Con motor de 2 hp y capacidad de 300 kg/h

IMÁGEN 1 despulpadora



Fuente: Proveedores de máquinas industriales la maná

Características

- ✓ Además es trozadora, y licuadora
- ✓ Elaborada en acero inoxidable 304 en todas sus partes, incluso el cuerpo del equipo.
- ✓ Sistema horizontal con corrector de inclinación que la convierte en semi-horizontal, para mayor rendimiento.
- ✓ El sistema de aspas patentado permite que el desecho salga totalmente seco, (libre de pulpa).
- ✓ Sistema de aspas protegidas para impedir que parta la semilla. Dotada de dos tamices para cualquier tipo de fruta, incluyendo frutas de alta dificultad.
- ✓ Motor 2 h.p. (1.750 r.p.m.)

Codificadora Portátil C-241

Para el codificado de nuestros envases características como lote, fecha de elaboración y fecha de vencimiento se recomienda utilizar la Codificadora manual / semiautomática de mesa, puede imprimir sobre cartón fino, hojas de papel, cuero, fundas de plástico, láminas de aluminio, etc. Adopta una cinta térmica indeleble para la impresión, caracterizada por su alta definición, secado instantáneo.

Adopta un control de temperatura constante con temperatura ajustable. Puede imprimir continua y automáticamente o imprimir por medio del pedal.

IMÁGEN 2 codificadora



Fuente: Proveedores de máquinas industriales la maná

Características

- ✓ Voltaje [V/Hz] AC 110/60
- ✓ Potencia del Motor [Watts] 120
- ✓ Velocidad de impresión (pcs/min) 0-100
- ✓ Capacidad de impresión porta tipo Una línea Max.15 caracteres
- ✓ Tres líneas Max.45 caracteres
- ✓ Altura de contenedor [mm] 30-260 (personalización disponible)
- ✓ Ancho disponibles de cinta térmica (mm) x 100m 25 - 30 - 35
- ✓ Dimensiones codificador (L*W*H)(mm) 255*225*325
- ✓ Peso Neto (Kg) 9.5

Mezcladora

Para realiza la mezcla general de los néctares y demás elementos se utilizara la maquina mezcladora Bk-965

IMÁGEN 3 mezcladora



Fuente: Proveedores de máquinas industriales la maná

- ✓ Tanque de preparación de concentrado con capacidad de 200 litros construido con acero inoxidable A ISI304 de 1.5 mm. De espesor con borde superior de 10 mm fondo cónico y montado sobre las patas de apoyo

- ✓ En la envolvente va dispuesto de soporte de perfil “C” para montaje de 31 agitador con motor de 0.5 HP 220 trifásico. 1700 rpm. Acoplado a un eje con hélices de agitación

Llenadora

Nuestra llenadora de líquidos cuenta con un diseño simple, compacto y muy conveniente para la operación del equipo, precisión y error, instalación y fácil ajustes, mantenimientos etc. Puede llenar diversos tipos de líquidos de baja y mediana viscosidad con un ajuste de volumen de llenado conveniente

IMÁGEN 4 llenadora



Fuente: Proveedores de máquinas industriales la maná

Características

- ✓ pistones con sus cilindros neumáticos independientes,
- ✓ Sus principales componentes neumáticos son marca FESTO (Alemania) y Air Tac (Taiwán) en la parte de controladores.
- ✓ Su rendimiento es constante, su estructura es fabricada en acero inoxidable 304 y las partes en contacto con el líquido en acero inoxidable 316L.
- ✓ Incluye pantalla de mandos, PLC para control de funciones.
- ✓ Incluye banda transportadora de envases de 2,40mt longitud.
- ✓ Los pistones cuentan con sistema anti-derrame, contador de unidades

Tapadora / Cerradora manual TTM-50D

La Máquina tapadora y cerradora es adecuada para el cierre de tapas tipo rosca plásticas a prueba de hurto, se utiliza para la operación de sellado en las industrias de bebidas, vino, medicina e industria química.

IMÁGEN 5 cerradora



Fuente: Proveedores de máquinas industriales la maná

Características

- ✓ Suministro de potencia (V/Hz) 220/60
- ✓ Potencia (kW)0.37
- ✓ Tipo de operación Eléctrico
- ✓ Diámetro de la tapa (mm) 2540
- ✓ Altura de la botella aplicable (mm) 50-320
- ✓ Capacidad (botellas/h) Hasta 1000 b/h
- ✓ Tipo de tapa Tapa plástica
- ✓ Dimensiones externas (mm) 650*200*920

4.9.- Estudio Administrativo, Organizacional y legal

Hace parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación. De un proyecto de inversión acompañado de otros pasos igualmente importantes como son: los estudios de viabilidad

comercial, técnica, de gestión, de impacto ambiental y financiera, los cuales general información para adelantar el ciclo del proyecto y constituye la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con el proyecto.

4.9.1.- Marco legal

Seccion vi de la compañía anónima concepto, características, nombre y domicilio

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

4.9.2.- Acta de Constitución

En la ciudad de Santa Elena, a las 10:00 a.m. Horas del 06 de Octubre de 2013, en la sala de reuniones de la Familia Quimi González ubicado en el Recinto Palmar del Cantón Santa Elena, Barrio Santa Rita diagonal a la Iglesia Matriz se reunieron:

Apellidos y Nombres	N° de Cédula
Quimi Tumbaco Juan Bautista	0936545587
Quimi González Marcel Narciso	0952672345
Quimi González Juana Isabel	0925453577
Quimi González Léster Martin	0927843245
Quimi González Lupe Aracely	0931245374
Quimi González Juan José	0975453155
Y, Quimi González Jimmy Ricardo	0923434310

Se desempeñó como Presidente al Sr. Quimi González Jimmy Ricardo y como Secretaria a la Srta. Ámbar Estefanía Quimi Gonzabay especialmente designados para desempeñar tales cargos en la presente sesión de constitución.

TABLA 32 consejo directivo

Apellidos y Nombres	C.I.	Dirección	Cargo
Quimi González Jimmy Ricardo	0923434310	Palmar , Barrio Santa Rita	Presidente
Quimi González Juan Bautista	0936545587	Palmar , Barrio Santa Rita	Vice-presidente
Quimi González Juana Isabel	0925453577	Palmar , Barrio Santa Rita	Gerente General

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

TABLA 33 distribución de autoridades

Apellidos y Nombres	C.I.	Dirección	Cargo
Quimi González Marcel Narciso	0952672345	Palmar , Barrio Santa Rita	Gerente Técnico
Quimi González Lupe Aracely	0931245374	Palmar , Barrio Las Mercedes	Gerente Financiero
Quimi González Juan José	0975453155	Palmar , Barrio Santa Rita	Gerencia de Recursos Humanos
Quimi González Lester Martin	0927843245	Palmar , Barrio Santa Rita	Jefe de Producción
Rodríguez Carlos Juan Carlos	0948145884	Palmar , Barrio Las Mercedes	Jefe de Seguridad Industrial

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.9.3.- Misión

Llevar los mejores néctares y jugos a las familias ecuatorianas con sabor fresco, saludable y de calidad

4.9.4.-Visión

Conquistar el mercado nacional con un producto de excelente calidad y sabor elaborado con frutas seleccionadas, que cumplen estándares de calidad.

4.9.5.-Objetivo

Liderar la industria de jugos a nivel nacional cumpliendo con las normas de calidad y medio ambiente, llevando a las familias Ecuatorianas productos confiables.

4.9.6.-Objetivos específicos

- Evaluar las necesidades de los consumidores para el desarrollo de la empresa y de la comunidad que serán los proveedores.
- Evaluar la mejor estructura organización que ayude al mejor funcionamiento de la empresa.
- Evaluar la maquinaria necesaria para incrementar la capacidad productiva de la fábrica y obtener así productos de calidad.
- Implementar campañas de publicidad agresiva para introducir en el mercado

4.10.- PRINCIPIOS Y VALORES INSTITUCIONALES

Principios

- La responsabilidad es uno de uno de los principios más importantes de la empresa ya que mediante ésta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, entre otras actividades. hacia los clientes el cumplir con lo ofrecido como so descuentos, promociones, para lograr en ellos su preferencia y fidelidad.
- Mejoramiento continuo tanto en procesos como en el producto a fin de que valla acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.

- Una buena atención al cliente en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- Cuidar la imagen de la empresa con un buen desempeño de labores cumpliendo las obligaciones, respetando políticas, y valores con transparencia en el desarrollo de las mismas.

Valores

- Honestidad, elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente con transparencia y rectitud.
- Ética, los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para sus clientes.
- Cooperación, es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados.

4.11.- ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

Los representantes legales, podrán realizar cualquier tipo de transacción comercial, basándose en las disposiciones legales que rigen en el país.

El propósito de nuestra empresa es proveer de los mejores jugos y néctares con sabor agradable, fresco y sobre todo con precios accesibles al consumidor y tener pronto la aceptación e nuestros consumidores finales.

4.11.1.- Principales

La actividad principal de la Compañía Isabela será procesar y envasar néctares con sabor a: mango y durazno y jugos cítricos con sabores a: naranja, maracuyá, limón y sandía que se procesaran en la planta ubicada en la Comuna Palmar, de la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena.

4.11.2.- Secundarias

Entre nuestras metas esta no solo fabricar envasados, también es nuestra prioridad Atender las necesidades de la población, implementando en algún momento determinado proyectos como centros de recreación infantil, alimentación para las familias desprotegidas, educación y sobre todo cumplir con el medio ambiente implementando talleres a la comunidad sobre el buen manejo de los recursos naturales que rodean la zona.

4.12.- ESTRUCTURA ORGÁNICA Y ADMINISTRATIVA

La parte fundamental de toda empresa constituye sin duda alguna el recurso humano, convirtiéndose en el elemento esencial para la operación y puesta en marcha de la empresa, por lo tanto, de acuerdo a las necesidades que se debe cubrir se determinan los niveles y jerarquías, que tendrán lugar al establecimiento de las relaciones de autoridad y coordinación.

En el primer nivel está el Presidente corporativo, el vicepresidente general y el gerente general, quienes dirigen y planean estrategias para una adecuada toma de decisiones, en el segundo nivel se encuentran los jefes de cada departamento, en el nivel tres se localiza el personal de auxilio quienes sustentan y apoyan las actividades de los demás funcionarios y en el cuarto nivel y no menos importante, está el personal que se requiere para realizar las actividades

a). NIVEL DIRECTIVO

Presidente Corporativo

Vicepresidente General

Gerente General

b). NIVEL EJECUTIVO

Jefe de producción

Jefe Financiero

Jefe de recursos humanos,

Jefe seguridad y mantenimiento.

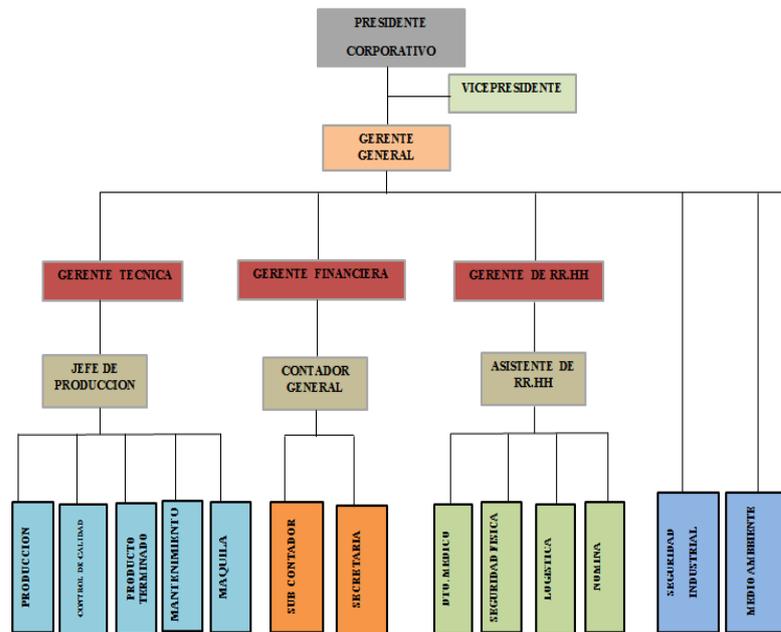
c). NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Secretaria

4.12.1.- Organigrama estructural

La estructura administrativa estará representada a través del organigrama estructural, el cual facilitara el conocimiento de departamentos, niveles de autoridad, línea de mando, etc. A continuación el organigrama estructural.

GRÁFICO 20 organigrama estructural



Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.12.2.- Departamentalización

Finanzas.- Con un excelente personal preparados para manejar el proceso de Contabilidad de la empresa.

Recursos Humanos.- buscara mantener a todo el personal de la Compañía estable y seguros de sí mismos en cada una de sus funciones.

Seguridad.- Personal altamente calificado acorde a los parámetros de calidad que protejan la vida de quienes forman toda nuestra industria.

Departamento Técnico.- estarán pendiente de todo lo relacionado a la tecnología y la ciencia propia de nuestro siglo, atentos al nivel de producción y sucesos que malogren el ciclo de producción de la empresa.

Es uno de los factores primordiales de la compañía quien busca mano de obra de calidad y con eficiencia estará bajo el mando de un Ingeniero en alimentos quien procurara al máximo Brindar un excelente producto

Departamento Medico.- Contaremos con un policlínico para abastecer el gran número de empleados que requieran atención gratuita para ellos y sus familiares y así contar con trabajadores sanos físicamente.

4.12.3.- Responsabilidades de los departamentos

La definición, delegación y distribución de funciones en la empresa constituirá un verdadero desafío de responsabilidades, que estarán dirigidas a los distintos niveles de mando y también a las obligaciones de los trabajadores, las cuales deberán definirse claramente para evitar contratiempos.

El personal que se seleccione para que constituya parte de la organización debe reunir ciertos requisitos y conocimientos en el área a la cual se integrará, los mismos que se describen a continuación.

Gerente General

Área: Administrativa

Supervisa a: Gerente Técnico, Gerente Financiero, y gerente de recurso Humano

Gerente Técnico

Área: Producción

Supervisado por: Gerente General

Supervisar a: jefe de producción

Gerente Financiero

Área: Administrativa

Supervisado por: Gerente General

Supervisaré todo el área contable entre ellos está el contador general y sus asistentes

Gerente de Recurso Humano

Área: Administrativa

Supervisado por: Gerente General

Supervisaré a logística, nomina, seguridad Física, entre otras áreas.

4.12.4.- Descripción de puestos

Gerente general

Su función básica es asegurar que el desarrollo de la empresa y de su personal se realice dentro de un marco de ética y profesionalismo, conjuntamente con el logro de objetivos para cada una de las áreas.

Requisitos personales

- Escolaridad: nivel Ingeniería en Empresas. O afines
- Edad: 30 a 45 años
- Sexo: indistinto
- estado civil: casado(a)
- Experiencia mínima: 8 años en puesto similar comprobable

Habilidades

- Liderazgo
- toma de decisiones
- Trabajo bajo presión
- Excelente manejo de personal

Conocimientos

- Manejo de personal
- Inventarios
- Contabilidad básica
- Administración de empresas

Características

- Proactivo
- Negociador
- orientado a resultados

Tiene relación con

- Directamente: con las demás gerencias, ocupante del sucursal, contador y el contador
- Indirectamente: atención al público, las distintas divisiones existentes, control contable y fiscal, supervisor de producción y jefe de taller.

Gerente técnico

Es responsable de todo el proceso de la producción de la planta de su infraestructura y demás dependientes.

Tiene la responsabilidad de poner en práctica el sistema de aseguramiento de calidad, su adecuación y cumplimiento, darle seguimiento estableciendo programas de vigilancia y auditorías internas para asegurar que cada una de las actividades relacionadas con la calidad, se han llevado a cabo.

Requisitos personales

- Escolaridad: Ingeniero Industrial o en alimentos
- Edad: 20 a 35 años
- Sexo: indistinto
- Estado civil: indistinto
- Experiencia mínima: 2 años en puesto similar comprobable

Habilidades

- Toma de decisiones
- Trabajo bajo presión
- Iniciativa
- Lograr objetivos
- Organizar el trabajo

Conocimientos

- Inventarios
- Computación

Características

- Honesto
- Excelente presentación
- Responsable
- Capacidad de mando

Tiene relación con

- Directamente: Gerente

Responsabilidades

- Coordinar el trabajo
- Realizar órdenes de trabajo
- Control de las máquinas y herramientas

Gerente de recurso humano

Controlar entrada y salida de personal, se lleva un reporte que firma el empleado al ingresar por las mañanas. Esto con el objetivo de llevar un control interno de puntualidad del empleado.

Controla órdenes de trabajo, se llevaba un control de órdenes de servicio de los trabajos realizados por cada mecánico o jefe de taller. Con el fin de llevar un control de facturación que concuerde la orden de trabajo con la factura que se ésta realizando, esto con la finalidad de que todo se facture en ese momento y no afecte los intereses de la empresa.

Requisitos personales

- Escolaridad: Abogado de los tribunales del Ecuador, Ingeniero en empresas o afines
- Sexo: indistinto
- Estado civil: de preferencia casado(a)

- Experiencia mínima: 2 años en puesto similar comprobable

Habilidades

- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Trabajo bajo presión
- Excelente manejo de personal
- Lograr objetivos
- Organizar el trabajo

Conocimientos

- Manejo de personal
- Inventarios
- Contabilidad básica
- Computación

Características

- Honesto
- Excelente presentación
- Responsable
- Capacidad de mando

Tiene relación con

- Directamente: gerente general, y todos los empleados

Responsabilidades

- Atender inquietudes laborales internas
- Revisión de cortes diarios
- Ventas

Gerente financiero

Su función es controlar que el sistema financiero de la empresa marche con eficiencia y transparencia.

Requisitos personales

- Escolaridad: C.P.A

- Edad: 20 a 25 años
- Sexo: indistinto
- Estado civil: indistinto
- Experiencia mínima: 2 años en puesto similar comprobable

Habilidades

- Manejo de Sistemas financieros
- Concentración en el trabajo

Conocimientos

- Contabilidad General
- Auditoria
- Trabajo en equipo
- Computación

Características

- Honesto
- Excelente presentación

Tiene relación con

- Directamente: gerente
- Indirectamente: las distintas divisiones existentes,

Responsabilidades

Es responsable de manejar correctamente el sistema financiero de la compañía atender las necesidades, pagos de impuestos entre otras actividades importantes para el desarrollo normal de la empresa.

4.12.5.- Manual de funciones

Del Gerente General.

El Gerente General tiene las siguientes funciones:

- Representación.

Esta función tiene que ver con la definición pura de la autoridad formal.

- Liderazgo.

El Gerente General es el responsable directo del logro de los objetivos que la organización se ha planteado.

- Planificación.

Este es un rol fundamental dentro de la organización, por consiguiente, se requiere de una visión integradora y del más alto nivel para llevarla a cabo.

- Enlace.

El administrador ocupa gran parte de su tiempo oficiando de “hombre de enlace” con el contexto.

- Distribuidor.

El Gerente General debe compartir y brindar la información a sus colaboradores directos e indirectos sabiendo que de no ser así le estaría quitando capacidad de respuesta a su empresa.

- Vocero.

La voz de la organización, el hombre con quien hablar, negociar, acordar.

- Facilitador de recursos.

Esta función tiene dos grandes aristas. La primera es la de definir y asignar los recursos para cada unidad. La segunda es la de estar atento y predispuesto a facilitar cualquier otro recurso que los distintos sectores puedan necesitar para cumplir su misión.

- Negociante.

Una gran parte del tiempo disponible del “Gerente General” estará comprometido con la “negociación”.

- Buscar nuevas estrategias para promover el desarrollo de la organización.
- Interactuar directamente con el mercado para atraer nuevos clientes.

Del director del departamento financiero

El Director Financiero tiene las siguientes funciones:

Llevar la contabilidad de la organización.

Suministrar las informaciones fiables y oportunas para la toma de decisiones.

- Presentar informe mensual de la situación financiera actual de la empresa.

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

Del director de talento humano

El Director de Talento Humano tiene las siguientes funciones:

- Diseñar y modificar periódicamente el programa del personal, dependiendo de la necesidad de la organización.
- Análisis de puestos de trabajo.
- Es el encargado directo de la atención al cliente.
- Delegar funciones al asistente de recursos humanos y atención al cliente.

Del jefe técnico

El Jefe técnico tiene las siguientes funciones:

- Dar el mantenimiento necesario a las máquinas de Bolos.
- Controlar el ingreso y salida de implementos de juego de la bodega.
- Reportar daños o pérdidas de implementos.
- Responsable de la investigación de productos de la competencia,
- de las necesidades de consumidor y del diseño de nuevas alternativas.
- Análisis de las necesidades del consumidor.
- Diseño de productos nuevos y mejoramiento de los actuales.
- Control de calidad.
- Programación de procesos productivos
- Adquisición de materias primas.
- Correcta implementación de tecnología disponible

4.13.- ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Objetivo General

Determinar los recursos económicos que se utilizarán en la ejecución del proyecto verificando el costo total de la implementación, elaborando los estados financieros que aprueben la factibilidad de nuestro proyecto, de ésta forma comprobaremos cuan efectiva será la inversión para la ejecución de este gran proyecto.

Objetivos Específicos

- Determinar los costos junto a las inversiones
- armar los estados financieros.
- obtener el punto de equilibrio económico de proyecto.
- determinar métodos de evaluación del proyecto como VAN, TIR
PERIODO DE RECUPERACION
- Evaluar los resultados a través de los índices financieros.

El estudio económico es parte esencial en la implementación de cualquier proyecto de inversión, porque permite determinar el monto de las inversiones y el capital de operación que se necesita para su ejecución; así como la proyección de los costos, gastos y su forma de financiamiento, además nos permite visualizar cuan efectiva será la inversión del capital en dicho proyecto .

4.13.1.- Inversión Inicial

Para poder lograr la ejecución de nuestro proyecto en el año 2014 y según nuestro análisis el monto de inversión inicial será de: \$ **165 010.83** de los cuales \$**145.506,83**, pertenecen a la inversión fija lo que corresponde a maquinarias, equipos. \$**18.504,00** invertido en gastos publicidad y promoción. Y \$ **800.00** de gastos legales de constitución.

TABLA 34 inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL.	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
ACTIVO FIJO			
TARRENO		\$ 11.200,00	\$ 11.200,00
EDIFICIO.		\$ 30.759,85	\$ 30.759,85
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 73.562,90	\$ 73.562,90
MUEBLES DE OFICINA		\$ 11.334,08	\$ 11.334,08
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 7.970,00	\$ 7.970,00
VEHICULO		\$ 10680,00	\$ 10.680,00
Subtotal Activos Fijos			145.506,83
CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.		\$ 18.504,00	\$ 18.504,00
Gastos legales de constitución		\$ 800,00	\$ 800,00
Suministros varios de oficina		\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL DE INVERSIÓN			165.010,83

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.13.2.- Activos Fijos

Es todo lo de uso exclusivo de la empresa, los cuales están se pueden depreciar, estos pueden ser: equipos tecnológicos para todos los departamentos, lo cual da un valor de\$ **145.506,83**

TABLA 35 activos fijos

INVERSIÓN INICIAL.	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
ACTIVO FIJO			
TARRENO		\$ 11.200,00	\$ 11.200,00
EDIFICIO.		\$ 30.759,85	\$ 30.759,85
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 73.562,90	\$ 73.562,90
MUEBLES DE OFICINA		\$ 11.334,08	\$ 11.334,08
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 7.970,00	\$ 7.970,00
VEHICULO		\$ 10680,00	\$ 10.680,00
Subtotal Activos Fijos			145.506,83

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.13.3.- Activos Intangibles

Para constituir nuestra empresa es necesario también tomar en cuenta los activos intangibles que es todo aquello que posee la empresa, visible pero no tocable, se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA 36 activos intangibles

GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.		\$ 18.504,00	\$ 18.504,00
Gastos legales de constitución		\$ 800,00	\$ 800,00
Suministros varios de oficina		\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL DE INVERSIÓN			19504,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.13.4.- Resumen de inversión inicial

Para poner en marcha nuestro proyecto se requerirá una inversión máxima de \$ **165010.83**, donde se incluye, una inversión en activos fijos equivalente a \$ **145 503,83** y una inversión en activos intangibles de \$ **19504,00**.

4.14.- FINANCIAMIENTO

La inversión inicial asciende a los \$ \$ **165.010,83** de los cuales el 25% del capital es propio de los socios de la compañía Isabela c.a. y el 75% será financiado por la Corporación Financiera nacional (C.F.N) a un interés de 10% de interés a 120 meses, por 10 años. Que asciende a \$ **123.758,12**,

TABLA 37 financiamiento porcentual

% DE FINANCIAMIENTO		
APORTE DE SOCIO	25%	\$ 41.252,71
APORTE VIA CREDITO	75%	\$ 123.758,12
TOTALES	100%	\$ 165.010,83

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Las fuentes internas de financiamiento corresponden a los socios quienes aportaran con capital para cubrir los \$ **41252.71** que se considera como capital propio, y de éste dependerá el porcentaje respectivo de acciones y beneficios que recibirán cada uno de los socios en el lapso de la producción de la compañía, para esto ya se conoce la nómina respectiva de los socios que forman la compañía Isabela C.A.

4.14.1.- Amortización de la deuda

El monto que se adquiere es de \$ **123 758,12**, con una tasa de interés mensual del 10% a un plazo determinado de 10 años, en donde la Compañía Isabela c.a., deberá realizar cada uno de los pagos correspondientes para que en el periodo de terminado se pueda finiquitar la misma y obtener excelentes resultados con la inversión de dicho capital.

TABLA 38 amortización de la deuda

PRESTAMO	\$ 123.758,12			
% TASA ANUAL	10,00%			
% TASA MENSUAL	0,83%			
TIEMPO /MESES	120 MESES			
PERIODO	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
0				\$ 123.758,12
1	\$ 2.054,04	\$ 1.022,72	\$ 1.031,32	\$ 122.726,80
2	\$ 2.045,45	\$ 1.014,13	\$ 1.031,32	\$ 121.695,49
3	\$ 2.036,85	\$ 1.005,53	\$ 1.031,32	\$ 120.664,17
4	\$ 2.028,26	\$ 996,94	\$ 1.031,32	\$ 119.632,85
5	\$ 2.019,66	\$ 988,35	\$ 1.031,32	\$ 118.601,53
6	\$ 2.011,07	\$ 979,75	\$ 1.031,32	\$ 117.570,22
7	\$ 2.002,48	\$ 971,16	\$ 1.031,32	\$ 116.538,90
8	\$ 1.993,88	\$ 962,56	\$ 1.031,32	\$ 115.507,58
9	\$ 1.985,29	\$ 953,97	\$ 1.031,32	\$ 114.476,26
10	\$ 1.976,69	\$ 945,37	\$ 1.031,32	\$ 113.444,95
11	\$ 1.968,10	\$ 936,78	\$ 1.031,32	\$ 112.413,63

12	\$ 1.959,50	\$ 928,19	\$ 1.031,32	\$ 111.382,31
13	\$ 1.950,91	\$ 919,59	\$ 1.031,32	\$ 110.350,99
14	\$ 1.942,31	\$ 911,00	\$ 1.031,32	\$ 109.319,67
15	\$ 1.933,72	\$ 902,40	\$ 1.031,32	\$ 108.288,36
16	\$ 1.925,13	\$ 893,81	\$ 1.031,32	\$ 107.257,04
17	\$ 1.916,53	\$ 885,21	\$ 1.031,32	\$ 106.225,72
18	\$ 1.907,94	\$ 876,62	\$ 1.031,32	\$ 105.194,40
19	\$ 1.899,34	\$ 868,03	\$ 1.031,32	\$ 104.163,09
20	\$ 1.890,75	\$ 859,43	\$ 1.031,32	\$ 103.131,77
21	\$ 1.882,15	\$ 850,84	\$ 1.031,32	\$ 102.100,45
22	\$ 1.873,56	\$ 842,24	\$ 1.031,32	\$ 101.069,13
23	\$ 1.864,97	\$ 833,65	\$ 1.031,32	\$ 100.037,82
24	\$ 1.856,37	\$ 825,05	\$ 1.031,32	\$ 99.006,50
25	\$ 1.847,78	\$ 816,46	\$ 1.031,32	\$ 97.975,18
26	\$ 1.839,18	\$ 807,87	\$ 1.031,32	\$ 96.943,86
27	\$ 1.830,59	\$ 799,27	\$ 1.031,32	\$ 95.912,54
28	\$ 1.821,99	\$ 790,68	\$ 1.031,32	\$ 94.881,23
29	\$ 1.813,40	\$ 782,08	\$ 1.031,32	\$ 93.849,91
30	\$ 1.804,81	\$ 773,49	\$ 1.031,32	\$ 92.818,59
31	\$ 1.796,21	\$ 764,89	\$ 1.031,32	\$ 91.787,27
32	\$ 1.787,62	\$ 756,30	\$ 1.031,32	\$ 90.755,96
33	\$ 1.779,02	\$ 747,71	\$ 1.031,32	\$ 89.724,64
34	\$ 1.770,43	\$ 739,11	\$ 1.031,32	\$ 88.693,32
35	\$ 1.761,83	\$ 730,52	\$ 1.031,32	\$ 87.662,00
36	\$ 1.753,24	\$ 721,92	\$ 1.031,32	\$ 86.630,69
37	\$ 1.744,65	\$ 713,33	\$ 1.031,32	\$ 85.599,37
38	\$ 1.736,05	\$ 704,73	\$ 1.031,32	\$ 84.568,05
39	\$ 1.727,46	\$ 696,14	\$ 1.031,32	\$ 83.536,73
40	\$ 1.718,86	\$ 687,55	\$ 1.031,32	\$ 82.505,41
41	\$ 1.710,27	\$ 678,95	\$ 1.031,32	\$ 81.474,10
42	\$ 1.701,67	\$ 670,36	\$ 1.031,32	\$ 80.442,78
43	\$ 1.693,08	\$ 661,76	\$ 1.031,32	\$ 79.411,46
44	\$ 1.684,49	\$ 653,17	\$ 1.031,32	\$ 78.380,14
45	\$ 1.675,89	\$ 644,57	\$ 1.031,32	\$ 77.348,83
46	\$ 1.667,30	\$ 635,98	\$ 1.031,32	\$ 76.317,51
47	\$ 1.658,70	\$ 627,38	\$ 1.031,32	\$ 75.286,19
48	\$ 1.650,11	\$ 618,79	\$ 1.031,32	\$ 74.254,87
49	\$ 1.641,51	\$ 610,20	\$ 1.031,32	\$ 73.223,56
50	\$ 1.632,92	\$ 601,60	\$ 1.031,32	\$ 72.192,24
51	\$ 1.624,33	\$ 593,01	\$ 1.031,32	\$ 71.160,92
52	\$ 1.615,73	\$ 584,41	\$ 1.031,32	\$ 70.129,60
53	\$ 1.607,14	\$ 575,82	\$ 1.031,32	\$ 69.098,29
54	\$ 1.598,54	\$ 567,22	\$ 1.031,32	\$ 68.066,97
55	\$ 1.589,95	\$ 558,63	\$ 1.031,32	\$ 67.035,65
56	\$ 1.581,35	\$ 550,04	\$ 1.031,32	\$ 66.004,33
57	\$ 1.572,76	\$ 541,44	\$ 1.031,32	\$ 64.973,01
58	\$ 1.564,17	\$ 532,85	\$ 1.031,32	\$ 63.941,70
59	\$ 1.555,57	\$ 524,25	\$ 1.031,32	\$ 62.910,38
60	\$ 1.546,98	\$ 515,66	\$ 1.031,32	\$ 61.879,06
61	\$ 1.538,38	\$ 507,06	\$ 1.031,32	\$ 60.847,74
62	\$ 1.529,79	\$ 498,47	\$ 1.031,32	\$ 59.816,43
63	\$ 1.521,19	\$ 489,88	\$ 1.031,32	\$ 58.785,11
64	\$ 1.512,60	\$ 481,28	\$ 1.031,32	\$ 57.753,79
65	\$ 1.504,00	\$ 472,69	\$ 1.031,32	\$ 56.722,47
66	\$ 1.495,41	\$ 464,09	\$ 1.031,32	\$ 55.691,16
67	\$ 1.486,82	\$ 455,50	\$ 1.031,32	\$ 54.659,84

68	\$ 1.478,22	\$ 446,90	\$ 1.031,32	\$ 53.628,52
69	\$ 1.469,63	\$ 438,31	\$ 1.031,32	\$ 52.597,20
70	\$ 1.461,03	\$ 429,72	\$ 1.031,32	\$ 51.565,88
71	\$ 1.452,44	\$ 421,12	\$ 1.031,32	\$ 50.534,57
72	\$ 1.443,84	\$ 412,53	\$ 1.031,32	\$ 49.503,25
73	\$ 1.435,25	\$ 403,93	\$ 1.031,32	\$ 48.471,93
74	\$ 1.426,66	\$ 395,34	\$ 1.031,32	\$ 47.440,61
75	\$ 1.418,06	\$ 386,74	\$ 1.031,32	\$ 46.409,30
76	\$ 1.409,47	\$ 378,15	\$ 1.031,32	\$ 45.377,98
77	\$ 1.400,87	\$ 369,56	\$ 1.031,32	\$ 44.346,66
78	\$ 1.392,28	\$ 360,96	\$ 1.031,32	\$ 43.315,34
79	\$ 1.383,68	\$ 352,37	\$ 1.031,32	\$ 42.284,03
80	\$ 1.375,09	\$ 343,77	\$ 1.031,32	\$ 41.252,71
81	\$ 1.366,50	\$ 335,18	\$ 1.031,32	\$ 40.221,39
82	\$ 1.357,90	\$ 326,58	\$ 1.031,32	\$ 39.190,07
83	\$ 1.349,31	\$ 317,99	\$ 1.031,32	\$ 38.158,75
84	\$ 1.340,71	\$ 309,40	\$ 1.031,32	\$ 37.127,44
85	\$ 1.332,12	\$ 300,80	\$ 1.031,32	\$ 36.096,12
86	\$ 1.323,52	\$ 292,21	\$ 1.031,32	\$ 35.064,80
87	\$ 1.314,93	\$ 283,61	\$ 1.031,32	\$ 34.033,48
88	\$ 1.306,34	\$ 275,02	\$ 1.031,32	\$ 33.002,17
89	\$ 1.297,74	\$ 266,42	\$ 1.031,32	\$ 31.970,85
90	\$ 1.289,15	\$ 257,83	\$ 1.031,32	\$ 30.939,53
91	\$ 1.280,55	\$ 249,24	\$ 1.031,32	\$ 29.908,21
92	\$ 1.271,96	\$ 240,64	\$ 1.031,32	\$ 28.876,90
93	\$ 1.263,36	\$ 232,05	\$ 1.031,32	\$ 27.845,58
94	\$ 1.254,77	\$ 223,45	\$ 1.031,32	\$ 26.814,26
95	\$ 1.246,18	\$ 214,86	\$ 1.031,32	\$ 25.782,94
96	\$ 1.237,58	\$ 206,26	\$ 1.031,32	\$ 24.751,62
97	\$ 1.228,99	\$ 197,67	\$ 1.031,32	\$ 23.720,31
98	\$ 1.220,39	\$ 189,07	\$ 1.031,32	\$ 22.688,99
99	\$ 1.211,80	\$ 180,48	\$ 1.031,32	\$ 21.657,67
100	\$ 1.203,20	\$ 171,89	\$ 1.031,32	\$ 20.626,35
101	\$ 1.194,61	\$ 163,29	\$ 1.031,32	\$ 19.595,04
102	\$ 1.186,02	\$ 154,70	\$ 1.031,32	\$ 18.563,72
103	\$ 1.177,42	\$ 146,10	\$ 1.031,32	\$ 17.532,40
104	\$ 1.168,83	\$ 137,51	\$ 1.031,32	\$ 16.501,08
105	\$ 1.160,23	\$ 128,91	\$ 1.031,32	\$ 15.469,77
106	\$ 1.151,64	\$ 120,32	\$ 1.031,32	\$ 14.438,45
107	\$ 1.143,04	\$ 111,73	\$ 1.031,32	\$ 13.407,13
108	\$ 1.134,45	\$ 103,13	\$ 1.031,32	\$ 12.375,81
109	\$ 1.125,86	\$ 94,54	\$ 1.031,32	\$ 11.344,49
110	\$ 1.117,26	\$ 85,94	\$ 1.031,32	\$ 10.313,18
111	\$ 1.108,67	\$ 77,35	\$ 1.031,32	\$ 9.281,86
112	\$ 1.100,07	\$ 68,75	\$ 1.031,32	\$ 8.250,54
113	\$ 1.091,48	\$ 60,16	\$ 1.031,32	\$ 7.219,22
114	\$ 1.082,88	\$ 51,57	\$ 1.031,32	\$ 6.187,91
115	\$ 1.074,29	\$ 42,97	\$ 1.031,32	\$ 5.156,59
116	\$ 1.065,69	\$ 34,38	\$ 1.031,32	\$ 4.125,27
117	\$ 1.057,10	\$ 25,78	\$ 1.031,32	\$ 3.093,95
118	\$ 1.048,51	\$ 17,19	\$ 1.031,32	\$ 2.062,64
119	\$ 1.039,91	\$ 8,59	\$ 1.031,32	\$ 1.031,32
120	\$ 1.031,32	\$ 0,00	\$ 1.031,32	\$ 0,00

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.14.2.- Resumen de la deuda

TABLA 39 resumen de la deuda

RESÚMEN DE FINANCIAMIENTO DEL PRESTAMO				
	PAGO	INTERES	ABONO	DEUDA
AÑO 0				\$ 123.758,12
AÑO 1	\$ 24.081,27	\$ 11.705,46	\$ 12.375,81	\$ 111.382,31
AÑO 2	\$ 23.978,14	\$ 11.602,32	\$ 12.375,81	\$ 99.006,50
AÑO 3	\$ 23.875,00	\$ 11.499,19	\$ 12.375,81	\$ 86.630,69
AÑO 4	\$ 23.771,87	\$ 11.396,06	\$ 12.375,81	\$ 74.254,87
AÑO 5	\$ 23.668,74	\$ 11.292,93	\$ 12.375,81	\$ 61.879,06
AÑO 6	\$ 23.565,61	\$ 11.189,80	\$ 12.375,81	\$ 49.503,25
AÑO 7	\$ 23.462,48	\$ 11.086,67	\$ 12.375,81	\$ 37.127,44
AÑO 8	\$ 23.359,35	\$ 10.983,53	\$ 12.375,81	\$ 24.751,62
AÑO 9	\$ 23.256,21	\$ 10.880,40	\$ 12.375,81	\$ 12.375,81
AÑO 10	\$ 23.153,08	\$ 10.777,27	\$ 12.375,81	\$ 0,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.15.- PROYECCIÓN DE VENTAS

El volumen de ventas se incrementara cada año, ésta proyección está enfocada a un año, pero se estima que dentro de 10 años que Isabela c.a. logre grandes rubros

TABLA 40 proyección de las ventas

PRODUCTOS.	precio	consumen diario	frecuencia	diario	mensual	total de ingresos
Botella de vidrio	0,75	500	1	375	10.500,0	126.000,0
Tetra pack	1,5	90	1	135	3.780,0	45.360,0
Botella personal	0,6	300	1	180	5.040,0	60.480,0
Botella familiar	1,7	220	1	374	10.472,0	125.664,0
Total Por Mes						357.504,0
Total Por Ingreso Anual						4.290.048,0

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.16.- PROYECCIÓN DE COSTOS DE VENTAS

Para elaborar los néctares y jugos envasados es necesario realizar costos por cada envase o producto terminado a continuación detalles sobre el costo incurrido

TABLA 41 proyección de los costos de ventas

Productos.	Costo De Venta	Personas que consumen	Frecuencia	Diario	Mensual	Total De Ingresos
Botella de vidrio	0,65	500	1	325	9.100,0	109.200,0
Tetra pack	1,4	90	1	126	3.528,0	42.336,0
Botella personal	0,5	300	1	150	4.200,0	50.400,0
Botella familiar	1,6	220	1	352	9.856,0	118.272,0
Total De Costos Mensual						320.208,0
Total De Costos Anual						3.842.496,0

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.17.- COSTOS OPERATIVOS

Los costos operativos son todos aquellos costos fijos que se utilizarán en el transcurso de la producción, en donde van incluido los sueldos de los directivos, los operarios y los gastos fijos de la planta, tomando en cuenta que son de importancia para el desarrollo de la producción. Como ejemplo de ello tenemos los costos que causarán los sueldos generales de los empleados de la planta tanto de planta como oficina que asciende a: \$152640.00

TABLA 42 costos operativos

COSTOS OPERATIVOS AÑO 1			
Sueldos de empleados	No	MENSUAL	ANUAL
GERENTE	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
SECRETARIA	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
CONTADOR GENERAL	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
JEFE DE MARKETING.	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00

JEFE DE PRODUCCIÓN.	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
OPERAORES DE PLANTA	40	\$ 318,00	\$ 152.640,00
Beneficios sociales			
Decimo tercero		\$ 204,17	\$ 2.450,00
Decimo cuarto		\$ 990,00	\$ 11.880,00
Vacaciones		\$ 102,08	\$ 1.225,00
Aportación patronal		\$ 1.843,16	\$ 22.117,86
Fondo de reserva			
Gastos Básicos:			
Luz	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Agua	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Teléfono	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Servicio de Internet	1	\$ 14,00	\$ 168,00
Materiales de Oficina			
Plan de Comunicación y Marketing		\$ 128,50	\$ 1.542,00
MANTENIMIENTO		\$ 250,00	\$ 250,00
Permisos			
Permiso de Bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 10,00	\$ 10,00
COSTOS OPERATIVOS			\$ 236.697,86

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.17.1.- Costos Operativos proyectados

Los costos operativos son aquellos costos que se utilizaran en el periodo de producción anual en cada uno de sus productos o líneas establecidas por el jefe de la producción , para poder determinar el porcentaje de crecimiento de éste rubro y la capacidad de pago que tiene la microempresa es necesario recalcar que a medida que aumentan los años los costos aumentan ya sea por el valor adquisitivo que tiene la fruta o por el costo general de producción en un porcentaje estimado así por ejemplo para el año 1 el costo total que se generara por producir jugos cítricos de limón, naranja, maracuyá, y sandía y néctares envasados de mango y durazno será de \$ **236697.86**, y para el año 10 que es el periodo que se ha estimado para la empresa según nuestra proyección será de aproximadamente de \$**428161.86**, es decir habrán, aumentado,\$**191464.00**en tres años.

TABLA 43 costos operativos proyectados

COSTOS OPERATIVOS ANO 1			ANO 2			ANO 3			ANO 4			ANO 5			
Sueldos de empleados	N o	MENSUAL	ANUAL												
GERENTE	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	1	\$ 642,00	\$ 7.704,00	1	\$ 686,94	\$ 8.243,28	1	\$ 735,03	\$ 8.820,31	1	\$ 786,48	\$ 9.437,73
SECRETARIA	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	1	\$ 374,50	\$ 4.494,00	1	\$ 400,72	\$ 4.808,58	1	\$ 428,77	\$ 5.145,18	1	\$ 458,78	\$ 5.505,34
CONTADOR GENERAL	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 535,00	\$ 6.420,00	1	\$ 572,45	\$ 6.869,40	1	\$ 612,52	\$ 7.350,26	1	\$ 655,40	\$ 7.864,78
JEFE DE MARKETING.	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 535,00	\$ 6.420,00	1	\$ 572,45	\$ 6.869,40	1	\$ 612,52	\$ 7.350,26	1	\$ 655,40	\$ 7.864,78
JEFE DE PRODUCCIÓN.	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 535,00	\$ 6.420,00	1	\$ 572,45	\$ 6.869,40	1	\$ 612,52	\$ 7.350,26	1	\$ 655,40	\$ 7.864,78
OPERAORES DE PLANTA	40	\$ 318,00	\$ 152.640,00	40	\$ 340,26	\$ 163.324,80	40	\$ 364,08	\$ 174.757,54	40	\$ 389,56	\$ 186.990,56	40	\$ 416,83	\$ 200.079,90
Beneficios sociales															
Decimo tercero		\$ 204,17	\$ 2.450,00		\$ 218,46	\$ 2.621,50		\$ 233,75	\$ 2.805,01		\$ 250,11	\$ 3.001,36		\$ 267,62	\$ 3.211,45
Decimo cuarto		\$ 990,00	\$ 11.880,00		\$ 1.089,00	\$ 13.068,00		\$ 1.197,90	\$ 14.374,80		\$ 1.317,69	\$ 15.812,28		\$ 1.449,46	\$ 17.393,51
Vacaciones		\$ 102,08	\$ 1.225,00		\$ 109,23	\$ 1.310,75		\$ 116,88	\$ 1.402,50		\$ 125,06	\$ 1.500,68		\$ 133,81	\$ 1.605,73
Aportación patronal		\$ 1.843,16	\$ 22.117,86		\$ 1.972,18	\$ 23.666,11		\$ 2.110,23	\$ 25.322,74		\$ 2.257,94	\$ 27.095,33		\$ 2.416,00	\$ 28.992,00
Fondo de reserva					\$ 218,46	\$ 2.621,50		\$ 233,75	\$ 2.805,01		\$ 250,11	\$ 3.001,36		\$ 267,62	\$ 3.211,45
Gastos Básicos:															
Luz	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	1	\$ 621,00	\$ 7.452,00	1	\$ 642,74	\$ 7.712,82	1	\$ 665,23	\$ 7.982,77	1	\$ 688,51	\$ 8.262,17
Agua	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 517,50	\$ 6.210,00	1	\$ 535,61	\$ 6.427,35	1	\$ 554,36	\$ 6.652,31	1	\$ 573,76	\$ 6.885,14
Teléfono	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00	1	\$ 155,25	\$ 1.863,00	1	\$ 160,68	\$ 1.928,21	1	\$ 166,31	\$ 1.995,69	1	\$ 172,13	\$ 2.065,54
Servicio de Internet	1	\$ 14,00	\$ 168,00	1	\$ 14,49	\$ 173,88	1	\$ 15,00	\$ 179,97	1	\$ 15,52	\$ 186,26	1	\$ 16,07	\$ 192,78
Materiales de Oficina															
Plan de Comunicación y Marketing		\$ 128,50	\$ 1.542,00		\$ 138,78	\$ 1.665,36		\$ 149,88	\$ 1.798,59		\$ 161,87	\$ 1.942,48		\$ 174,82	\$ 2.097,87
MANTENIMIENTO		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00
Permisos															
Permiso de Bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
COSTOS OPERATIVOS			\$ 236.697,86			\$ 255.851,90			\$ 273.591,58			\$ 292.594,33			\$ 312.951,94

ANO 6			ANO 7			ANO 8			ANO 9			ANO 10		
No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL									
1	\$ 841,53	\$ 10.098,37	1	\$ 900,44	\$ 10.805,26	1	\$ 963,47	\$ 11.561,63	1	\$ 1.030,91	\$ 12.370,94	1	\$ 1.103,08	\$ 13.236,91
1	\$ 490,89	\$ 5.890,72	1	\$ 525,26	\$ 6.303,07	1	\$ 562,02	\$ 6.744,28	1	\$ 601,37	\$ 7.216,38	1	\$ 643,46	\$ 7.721,53
1	\$ 701,28	\$ 8.415,31	1	\$ 750,37	\$ 9.004,38	1	\$ 802,89	\$ 9.634,69	1	\$ 859,09	\$ 10.309,12	1	\$ 919,23	\$ 11.030,76
1	\$ 701,28	\$ 8.415,31	1	\$ 750,37	\$ 9.004,38	1	\$ 802,89	\$ 9.634,69	1	\$ 859,09	\$ 10.309,12	1	\$ 919,23	\$ 11.030,76
1	\$ 701,28	\$ 8.415,31	1	\$ 750,37	\$ 9.004,38	1	\$ 802,89	\$ 9.634,69	1	\$ 859,09	\$ 10.309,12	1	\$ 919,23	\$ 11.030,76
40	\$ 446,01	\$ 214.085,50	40	\$ 477,23	\$ 229.071,48	40	\$ 510,64	\$ 245.106,48	40	\$ 546,38	\$ 262.263,94	40	\$ 584,63	\$ 280.622,41
	\$ 286,35	\$ 3.436,25		\$ 306,40	\$ 3.676,79		\$ 327,85	\$ 3.934,16		\$ 350,80	\$ 4.209,56		\$ 375,35	\$ 4.504,23
	\$ 1.449,46	\$ 17.393,51		\$ 1.449,46	\$ 17.393,51		\$ 1.449,46	\$ 17.393,51		\$ 1.449,46	\$ 17.393,51		\$ 1.449,46	\$ 17.393,51
	\$ 143,18	\$ 1.718,13		\$ 153,20	\$ 1.838,39		\$ 163,92	\$ 1.967,08		\$ 175,40	\$ 2.104,78		\$ 187,68	\$ 2.252,11
	\$ 2.585,12	\$ 31.021,44		\$ 2.766,08	\$ 33.192,94		\$ 2.959,70	\$ 35.516,45		\$ 3.166,88	\$ 38.002,60		\$ 3.388,57	\$ 40.662,78
	\$ 286,35	\$ 3.436,25		\$ 306,40	\$ 3.676,79		\$ 327,85	\$ 3.934,16		\$ 350,80	\$ 4.209,56		\$ 375,35	\$ 4.504,23
1	\$ 712,61	\$ 8.551,34	1	\$ 737,55	\$ 8.850,64	1	\$ 763,37	\$ 9.160,41	1	\$ 790,09	\$ 9.481,03	1	\$ 817,74	\$ 9.812,86
1	\$ 593,84	\$ 7.126,12	1	\$ 614,63	\$ 7.375,53	1	\$ 636,14	\$ 7.633,68	1	\$ 658,40	\$ 7.900,85	1	\$ 681,45	\$ 8.177,38
1	\$ 178,15	\$ 2.137,84	1	\$ 184,39	\$ 2.212,66	1	\$ 190,84	\$ 2.290,10	1	\$ 197,52	\$ 2.370,26	1	\$ 204,43	\$ 2.453,22
1	\$ 16,63	\$ 199,53	1	\$ 17,21	\$ 206,51	1	\$ 17,81	\$ 213,74	1	\$ 18,44	\$ 221,22	1	\$ 19,08	\$ 228,97
	\$ 188,81	\$ 2.265,70		\$ 203,91	\$ 2.446,96		\$ 220,23	\$ 2.642,72		\$ 237,84	\$ 2.854,13		\$ 256,87	\$ 3.082,47
	\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 250,00
1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00
1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
		\$ 333.023,63			\$ 354.480,68			\$ 377.419,48			\$ 401.943,11			\$ 428.161,86

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.18.- DEPRECIACIÓN

TABLA 44 resumen de la depreciación

CUADRO DE RESUMEN DE DEPRECIACIÓN										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Edificio.	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99
Maquinarias y equipo.	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	7.356,29	356,29
Muebles de oficina.	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41	1.133,41
Equipos de computación.	2.656,67	2.656,67	2.656,67	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación	12.684,36	12.684,36	12.684,36	10.027,69						
depreciación acumulada	12.684,36	25.368,71	38.053,07	48.080,76	58.108,45	68.136,14	78.163,83	88.191,52	98.219,21	108.246,91

AÑO 11	AÑO 12	AÑO 13	AÑO 14	AÑO 15	AÑO 16	AÑO 17	AÑO 18	AÑO 19	AÑO 20
1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99	1.537,99
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.537,99									
109.784,90	111.322,89	112.860,88	114.398,88	115.936,87	117.474,86	119.012,85	120.550,85	122.088,84	123.626,83

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

Como se puede observar en el cuadro anterior nos indica respectivamente que para los veinte años todos los activos fijos: edificio, maquinarias, muebles de oficina, y equipos de computación, habrán alcanzado su periodo máximo de vida útil, según el año de vida que posee cada activo, para el año 1 el valor total de nuestra depreciación acumulada será de \$ **12684.36**, y para el periodo final que es el año 20 éste se habrá elevado en \$ **123 626.83**.

4.19.- ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

TABLA 44 estado de resultado

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS EFECTIVO	4.290.048,00	4.662.209,66	4.825.387,00	4.994.275,55	5.169.075,19	5.349.992,82	5.537.242,57	5.731.046,06	5.931.632,67	6.139.239,82
(-) COSTOS VARIABLES	3.842.496,00	4.175.832,53	4.321.986,67	4.473.256,20	4.629.820,17	4.791.863,87	4.959.579,11	5.133.164,38	5.312.825,13	5.498.774,01
(=) UTILIDAD BRUTA	447.552,00	486.377,14	503.400,34	521.019,35	539.255,02	558.128,95	577.663,46	597.881,69	618.807,54	640.465,81
(-) COSTOS OPERATIVOS	236.697,86	255.851,90	273.591,58	292.594,33	312.951,94	333.023,63	354.480,68	377.419,48	401.943,11	428.161,86
(-) DEPRECIACION	12.684,36	12.684,36	12.684,36	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69
(=) UTILIDAD OPERATIVA	198.169,78	217.840,88	217.124,40	218.397,32	216.275,39	215.077,63	213.155,09	210.434,52	206.836,75	202.276,26
(-) INTERESES BANCARIOS	11.705,46	11.602,32	11.499,19	11.396,06	11.292,93	11.189,80	11.086,67	10.983,53	10.880,40	10.777,27
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	186.464,33	206.238,55	205.625,21	207.001,26	204.982,46	203.887,84	202.068,42	199.450,98	195.956,35	191.498,99
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS	27.969,65	30.935,78	30.843,78	31.050,19	30.747,37	30.583,18	30.310,26	29.917,65	29.393,45	28.724,85
(-) IMPUESTO A LA RENTA	38.038,72	42.072,67	41.947,54	42.228,26	41.816,42	41.593,12	41.221,96	40.688,00	39.975,09	39.065,79
(=) UTILIDAD NETA	120.455,96	133.230,11	132.833,89	133.722,82	132.418,67	131.711,54	130.536,20	128.845,33	126.587,80	123.708,35

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Nuestro estado de resultado nos demuestra que el proyecto es viable se puede apreciar que para el año 1, la utilidad neta para nuestra empresa será de \$120455.96, y al proyectarse al año 10 las ganancias habrán sido de \$123 708.35 con un aumento aproximado de \$3000.00 por cada año según la variación de costos de la frutas.

4.20.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO

TABLA 45 flujo de caja

CONCEPTO	INV. INIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ingresos efectivo		4.290.048,00	4.662.209,66	4.825.387,00	4.994.275,55	5.169.075,19	5.349.992,82	5.537.242,57	5.731.046,06	5.931.632,67	6.139.239,82
egresos en efectivo											
(-) costos variables		3.842.496,00	4.175.832,53	4.321.986,67	4.473.256,20	4.629.820,17	4.791.863,87	4.959.579,11	5.133.164,38	5.312.825,13	5.498.774,01
(=) utilidad bruta		447.552,00	486.377,14	503.400,34	521.019,35	539.255,02	558.128,95	577.663,46	597.881,69	618.807,54	640.465,81
(-) costos operativos		415.242,00	427.748,10	440.631,87	453.904,75	467.578,53	333.023,63	354.480,68	377.419,48	401.943,11	428.161,86
(-) depreciación		12.684,36	12.684,36	12.684,36	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69
(=) utilidad operativa		19.625,64	45.944,68	50.084,11	57.086,91	61.648,80	215.077,63	213.155,09	210.434,52	206.836,75	202.276,26
(-) intereses bancarios		11.705,46	11.602,32	11.499,19	11.396,06	11.292,93	11.189,80	11.086,67	10.983,53	10.880,40	10.777,27
(=) utilidad antes de impuesto		7.920,19	34.342,35	38.584,92	45.690,85	50.355,88	203.887,84	202.068,42	199.450,98	195.956,35	191.498,99
(-) 15% repartición empleados		1.188,03	5.151,35	5.787,74	6.853,63	7.553,38	30.583,18	30.310,26	29.917,65	29.393,45	28.724,85
(-) impuesto a la renta		1.615,72	7.005,84	7.871,32	9.320,93	10.272,60	41.593,12	41.221,96	40.688,00	39.975,09	39.065,79
(=) utilidad neta		5.116,44	22.185,16	24.925,86	29.516,29	32.529,90	131.711,54	130.536,20	128.845,33	126.587,80	123.708,35
(+) depreciación		12.684,36	12.684,36	12.684,36	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69	10.027,69
(=) flujo de efectivo neto	(165.010,83)	17.800,80	34.869,52	37.610,21	39.543,98	42.557,59	141.739,23	140.563,89	138.873,03	136.615,49	133.736,04
flujo descontado		(147.210,03)	(112.340,51)	(74.730,30)	(35.186,32)	7.371,26	149.110,50	289.674,39	428.547,41	565.162,90	698.898,94

Fuente: investigación directa Elaborado por: Jimmy Quimi González

La utilidad del ejercicio para el primer año de actividades es de \$ 5116.44 y es el resultado de restar del total de ingresos los costos de operación, los gastos y las deducciones de ley. Lo que demuestra que los ingresos son superiores a los costos y gastos de operación, con lo cual se ha logrado alcanzar el objetivo de la empresa que es tener una rentabilidad acorde con la inversión realizada.

4.21.- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda secuencia del análisis de la factibilidad de un proyecto. Se lo realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad del mismo a través de la aplicación de distintos criterios de evaluación, pues estos intentan medir el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa con el propósito de tomar la decisión de aceptación o rechazo del proyecto.

Antes de especificar las técnicas de evaluación se hará un análisis sobre el flujo de caja cuyos resultados sirven de base para la evaluación financiera. Se puede observar los cálculos realizados para el flujo de caja, con el cual se observa que la empresa cuenta con la capacidad financiera para cancelar las diferentes obligaciones adquiridas. Así en el año 1 se obtiene \$ \$ 17.800,80 de flujo de caja neto hasta llegar al año 10 a \$ \$ 133.736,04

4.21.1.- Tasa de descuento

La tasa de descuento será del 10% más el 3.50% que representa la inflación más el interés a cambiar

4.21.2.- valor actual neto

El VAN es un método por el cual se trasladan las utilidades futuras a valores actuales y representa el ingreso neto generado por el proyecto durante estos 5 años de vida útil, el VAN del proyecto se encuentra expresado en dólares y se lo puede fundamentar como la retribución al capital invertido, considerando una tasa del 12%, dando como resultado la cantidad de \$ **681.136,96**

Demostrando que el proyecto es aceptable sobre la base económica, lo que expresa que después de pagar la deuda y obligaciones financieras, queda

\$681.136,96 para la repartición de dividendos, contribuyendo que la empresa es rentable y se obtiene utilidad.

4.21.3.- Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, simboliza lo que rinde el proyecto y representa la tasa atractiva más alta con la que se recupera la inversión en los diez años de proyección. A diferencia del VAN donde hay que considerar una tasa, en el TIR hay que determinarla.

La tasa Interna de Retorno del proyecto tiene como resultado el 30,46% el mismo que es superior a la tasa de descuento del 13.50%, lo que refleja que el proyecto es aceptable.

4.21.4.- Periodo de recuperación de la inversión del proyecto

El período de recuperación del capital sirve para definir el tiempo que tarda el proyecto en recuperar o rembolsar el capital que se ha invertido en el mismo.

Los resultados nos indican que la inversión del proyecto se recuperará aproximadamente en 5 años.

4.22.- EVALUACIÓN DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial es un informe contable en donde se presenta de forma detallada cada una de las cuentas con las que se conforma dicha herramienta contables; siendo las cuentas de Activos, Pasivos, Patrimonio en donde por este medio se puede analizar y reflejar la posición económica o financiera en la que se encuentra la empresa.

Conociendo que dicha herramienta es de suma importancia en todas las actividades, se procedió a la elaboración del estado de situación inicial.

TABLA 46 evaluación de situación inicial

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Corrientes	691.095,36	878.072,27	911.970,96	935.439,41	957.579,45	967.565,80	989.479,80	1.036.572,59	1.023.422,83	1.043.153,31
Efectivo	552.876,29	702.457,81	729.576,77	748.351,53	766.063,56	774.052,64	791.583,84	829.258,07	818.738,27	834.522,65
Cuentas Por Cobrar	138.219,07	175.614,45	182.394,19	187.087,88	191.515,89	193.513,16	197.895,96	207.314,52	204.684,57	208.630,66
Propiedad Planta Y Equipo	130.956,15	116.405,46	101.854,78	87.304,10	72.753,42	58.202,73	43.652,05	29.101,37	14.550,68	-
IVA Pagado	49.829,04	51.329,77	52.875,82	54.468,57	56.109,42	39.962,84	42.537,68	45.290,34	48.233,17	51.379,42
Rfir Pagada Por Adelantado	4.152,42	4.277,48	4.406,32	4.539,05	4.675,79	3.330,24	3.544,81	3.774,19	4.019,43	4.281,62
Total Activos	876.032,96	1.050.084,99	1.071.107,89	1.081.751,12	1.091.118,07	1.069.061,60	1.079.214,34	1.114.738,49	1.090.226,12	1.098.814,35
PASIVOS										
Deuda Bancaria	111.382,31	99.006,50	86.630,69	74.254,87	61.879,06	49.503,25	37.127,44	24.751,62	12.375,81	(0,00)
Utilidad Por Pagar	27.969,65	30.935,78	30.843,78	31.050,19	30.747,37	30.583,18	30.310,26	29.917,65	29.393,45	28.724,85
Impuesto a la renta	38.038,72	42.072,67	41.947,54	42.228,26	41.816,42	41.593,12	41.221,96	40.688,00	39.975,09	39.065,79
IVA Cobrado	514.805,76	559.465,16	579.046,44	599.313,07	620.289,02	641.999,14	664.469,11	687.725,53	711.795,92	736.708,78
IESS Por Pagar	22.117,86	23.666,11	25.322,74	27.095,33	28.992,00	0,00	2.585,12	\$31.021,44	0,00	2.766,08
PATRIMONIO										
Capital Aportado	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71	41.252,71
Utilidad Neta	120.455,96	133.230,11	132.833,89	133.722,82	132.418,67	131.711,54	130.536,20	128.845,33	126.587,80	123.708,35
Utilidad Anterior	10,00	120.455,96	133.230,11	132.833,89	133.722,82	132.418,67	131.711,54	130.536,20	128.845,33	126.587,80
Total P + P	876.032,96	1.050.084,99	1.071.107,89	1.081.751,12	1.091.118,07	1.069.061,60	1.079.214,34	1.114.738,49	1.090.226,12	1.098.814,35

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

En éste Estado de situación inicial se presenta la situación financiera y económica de nuestro proyecto de manera estimada por ejemplo para el año 1 iniciara con un monto total de activos de \$ **876.032,96**, un total de pasivos de \$ **714.314,30**, y un capital de trabajo de \$ **41.252,71**

4.23.- PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 47 punto de equilibrio

Botella de vidrio						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PRECIO PROMEDIO	\$ 0,75	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86	
C.V PROMEDIO	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,75	
CF.	\$ 103.810,50	\$ 106.937,03	\$ 110.157,97	\$ 113.476,19	\$ 116.894,63	
CANTIDAD DE EQ.	1038105	1033208	1028336	1023490	1018669	
INGRESOS DE EQ.	\$ 778.578,75	\$ 805.829,01	\$ 834.033,02	\$ 863.224,18	\$ 893.437,02	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Tetra pack						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PRECIO PROMEDIO	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,61	\$ 1,66	\$ 1,72	
C.V PROMEDIO	\$ 1,40	\$ 1,45	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,61	
CF.	\$ 103.810,50	\$ 106.937,03	\$ 110.157,97	\$ 113.476,19	\$ 116.894,63	
CANTIDAD DE EQ.	1038105	1033208	1028336	1023490	1018669	
INGRESOS DE EQ.	\$ 1.557.157,50	\$ 1.604.055,38	\$ 1.652.369,51	\$ 1.702.142,81	\$ 1.753.419,48	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Botella personal						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PRECIO PROMEDIO	\$ 0,60	\$ 0,62	\$ 0,64	\$ 0,67	\$ 0,69	
C.V PROMEDIO	\$ 0,50	\$ 0,52	\$ 0,54	\$ 0,55	\$ 0,57	
CF.	\$ 103.810,50	\$ 106.937,03	\$ 110.157,97	\$ 113.476,19	\$ 116.894,63	
CANTIDAD DE EQ.	1038105	1033208	1028336	1023490	1018669	
INGRESOS DE EQ.	\$ 622.863,00	\$ 644.663,21	\$ 667.226,42	\$ 690.579,34	\$ 714.749,62	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PRECIO PROMEDIO	\$ 1,70	\$ 1,76	\$ 1,82	\$ 1,88	\$ 1,95	
C.V PROMEDIO	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71	\$ 1,77	\$ 1,84	
CF.	\$ 103.810,50	\$ 106.937,03	\$ 110.157,97	\$ 113.476,19	\$ 116.894,63	
CANTIDAD DE EQ.	1038105	1033208	1028336	1023490	1018669	
INGRESOS DE EQ.	\$ 1.764.778,50	\$ 1.826.545,75	\$ 1.890.474,85	\$ 1.956.641,47	\$ 2.025.123,92	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

El gráfico nos muestra que cuando se obtenga los ingresos de \$ **622.863,00**. Para el caso de los néctares en envase de botella de vidrio se puede decir que no se ha perdido ni se ha ganado, sino el proyecto alcanza el punto de equilibrio.

4.24.- ESCENARIO (OPTIMISTA-PROBABLE-PESIMISTA)

Probable

Se puede expresar que mi ámbito optimista está representado con una tasa de retorno de 30,46% con un con ganancias liquidas de 681.136,96 valor representable para la empresa.

Pesimista

En caso de tener ventas mínimas de todos los productos máximas de 920 unidades diarias se reflejara en un margen de 4,38% con un margen de pérdidas económicas de (783.603,98) y nuestra tasa de retorno será a ocho años

Optimista

Al aspirar ventas aproximadas de 1400 unidades de todos los productos por día eso se vería reflejado en un 70,81% con unas ganancias lucrativas de 2.916.794,19 y que nuestra inversión se pagaría tan solo en un año lo que resulta favorable para nuestra corporación

4.25.- ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO

Es necesario en el presente ítems, realizar un análisis técnico de los impactos que el proyecto generará a los ámbitos ambientales y socio-económico para lo cual se ha utilizado la siguiente metodología.

Parta cada ámbito, a ser analizado se utiliza una matriz de impactos, en la cual al eje horizontal ubicamos los niveles de impactos, sobre la base la siguiente tabla.

TABLA 48 matriz de impacto del proyecto

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto medio negativo
0	No existe impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

Para cada tipo de impacto se realizara una matriz, la misma que está compuesta por sus indicadores con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la operación para obtener el resultado final y realizar el análisis global del impacto.

4.25.1.- Análisis de la situación Ambiental

Análisis.-

En ese ámbito el proyecto generará un impacto medio positivo, ya que los desechos o desperdicios de las frutas serán utilizados como abono orgánico por los propios agricultores , los desechos plásticos serán almacenados para luego ser vendidos como material reciclado, se reactivará la agricultura a través del incremento de la producción de las frutas ya que los agricultores tendrán a quien vender sus productos , el manejo de la basura se someterá a un sistema de reciclaje para no contaminar el medio ambiente y la contaminación auditiva será mínima ya que la maquinaria están configuradas con tecnología de punta que reduce el ruido a un 70% en el momento de la producción.

4.25.2.- Impacto ambiental

TABLA 49 análisis de impacto de medio ambiente

Nivel de Impacto Indicadores	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1.-Desechos orgánicos						X		2
2.-Desechos plásticos					X			1
3.-Reactivación de la agricultura							X	3
4.-Manejo de la basura reciclable						X		2
5.-Contaminación auditiva					X			1
Total					2	4	3	9

Promedio : $9/5=1,8=2$

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

4.25.3.-Análisis socio económico del proyecto

TABLA 50 análisis de impacto socio-económico

Nivel de Impacto								
Indicadores	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1.-Incremento de los ingresos de la familia					X			1
2.-Oportunidades para mejorar las condiciones de vida						X		2
3.-Disminucion de la migración						X		2
4.-fuentes de empleo						X		2
5.-seguridad y protección familiar					X			1
Total					2	6	0	8

Promedio: $8/5 = 1,6=2$

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jimmy Quimi González

En éste ámbito socio económico el proyecto tendrá un impacto medio positivo, porque generará fuentes de empleo a los pequeños agricultores de la Parroquia Colonche, y también a los albañiles de la zona cuando sea de levantar la infraestructura, al mismo tiempo que motiva a todos lo pequeños agricultores a seguir sembrando las frutas tropicales, incrementarán los ingresos de la familia, con lo cual sus condiciones de vida mejoraran notablemente , se disminuirá la migración de sus habitantes del campo a la ciudad, ya que con el proyecto se incentivará a que las personas se queden trabajando en su misma comunidad. Y de esta forma se estará desarrollando no solo la zona rural de la Parroquia Colonche, a la vez estaríamos logrando que se fomente el desarrollo económico de la Provincia entera y del país.

CONCLUSIONES

1. Los habitantes de la provincia de Santa Elena consumen por lo general jugos envasados que es un producto posesionado en la mente del consumidor que los adquiere por su precio ,sabor y como medio rápido de saciar su sed adquiriéndolo generalmente en las tiendas del barrio y pocas veces en los supermercados
2. Para lograr una participación más efectiva en el mercado peninsular se debe desarrollar estrategias de posicionamiento del producto a través de un plan de marketing, realizando un seguimiento continuo a las ventas, para poder determinar las ventajas y desventajas de ofrecer dicho producto.
3. La ubicación de la planta será en la comuna Palmar de la Parroquia Colonche, siendo una zona ideal por encontrarse cerca de las áreas de cultivo, que favorece disminuyendo los costos de transportación de la materia prima, además que dispone de los diferentes insumos complementarios (agua, luz, mano de obra y vías de acceso) que son importantes para la implementación del proyecto. El proyecto está elaborado con el fin de brindar oportunidades de ventas seguras para los productores de frutas de esta zona, creando fuentes de trabajo debido a la cantidad de empleos que generará, mejorando la calidad de vida de los habitantes y la economía de la provincia.
4. se requiere una inversión inicial de \$ 165010,83 que será financiado el 75% por la Corporación Financiera Nacional y el 25% por los cinco socios de la empresa. Los indicadores calculados para un periodo de diez años demuestran que el proyecto es viable debido a que se tiene una TIR del 30,46% comparada con una tasa de descuento del 13,50% %, un VAN de \$ 681 136,96 Cabe mencionar que en ninguno de los años de estudio se tienen utilidades netas negativas y la inversión será recuperada en 5 años aproximadamente.

RECOMENDACIONES

1. Realizar nuevas campañas de publicidad para dar a conocer el producto a base de frutas propias de la Provincia de Santa Elena utilizando maquinaria de última tecnología para el mejoramiento del proceso productivo, ofreciendo un producto de calidad que satisfagan los gustos y necesidades del mercado y de sus consumidores, todo esto previo al análisis de la calidad del producto para garantizar una aceptación adecuada de los consumidores que se deleitaran de estos deliciosos productos, y serán ellos mismo los que darán éxito a la empresa.

2. Fomentar los cultivos de Mango, Naranja, limón, maracuyá, sandía, en la provincia de Santa Elena con el fin de obtener suficiente materia prima para poder satisfacer la demanda del consumo jugos envasados y de manera que se reactiven sectores y zonas que se encuentren desprotegidas y que puedan ser fuentes generadoras de producción de las frutas mencionadas anteriormente.

3. Efectuar el estudio de todos los subproductos desechados en cada proceso de industrialización de los néctares y jugos, debido a que en países como Colombia, Suiza y Dinamarca ya no se genera basura en la producción de jugos envasados, porque la planta completa es utilizada para la creación de nuevos productos, además de no producir perjuicio para el medio ambiente, de esta manera podemos realizar un estudio para determinar qué tan importante es darle un plus , o un valor adicional a las cascaras de las frutas , y a sus semilla , con el afán de cuidar el medio ambiente.

4. Dar a conocer y poner a disposición de los empresarios y cámaras de la producción el proyecto, para conseguir mayores inversionistas que puedan apostar a este magnífico proyecto, debido a que es una excelente oportunidad de negocio, y sobre todo que existe la demanda suficiente de la materia prima para producir.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, P. M. (2009). *La funcion y la Organizacion* . Bogoá: Sexta Edicion.
- Barry, H. -J.-R. (2009). *Dirección de la Producción* . Berlín: Sexta Edición.
- Bateman, T. (2011). *Administracion una Nueva ventaja Competitiva* . Toledo: Mc Graw-Hill .
- Cortéz, A. P. (2009). *Tableros de control en una empresa de Manufactura*. Madrid: Sexta Edición.
- Hé Hernández, R. F. (209). *Metodologí de la Investigacion* . Mexico D.F.: Mc.
- Ibañez, L. O. (2010). *Plan Estratégico de un mercadeo*. Madrid: Quinta Edición.
- MELINKOFF, R. V. (2011). *La Estructura de la Ortganización* . Caracas: Mc Graw - Hill.
- Patiño, L. A. (2011). *Ética y protocolo -base de la imagen empresarial*. Madrid: Cuarta Edición.
- Phillip Kotler, A. . (2011). *Mercadotecnia* .Mexico : Prentice Hall.
- Russell Thomas, L. R. (2011). *Publicidad y Marketing* .Mexico D.F: Kleppner .
- Sapag Chairl, N. y. (2010). *Preparación y Evaluacion de Proyectos* . Bogotá : Mc Grawn Hill .
- TERRY, G. (2012). *Principios de la Administración* .Mexico D.F.: World Trade Atlas .
- Torres, T. y. (2010). *Tipos de estrategias* . Mexico D.F.: Segunda edicion.
- Valarie, Z. . (2010). *Clasificacion General de los Cultivos de frutas* . Málaga: Segunda Edición.

PÁGINAS WEB

www.cfn.fin.ec

www.inec.gov.ec

www.yahoofinance.com

www.tetrapak.es

www.eurochile.com

www.lo nuevo en hoy .com

www.mipro.gob.ec

GLOSARIO

Néctar.- zumos rebajados (o aligerados) con agua. Suelen proceder de diversas frutas y el contenido disuelto en agua depende de las características de la pulpa.

Cítricos.-el género Citrus cuyo término común es cítrico, designa las especies de grandes arbustos o arbolillos perennes (entre 5 y 15 m) cuyos frutos o frutas, de la familia de las Rutáceas.

Ejecución.-realización de una cosa o cumplimiento de un proyecto, encargo u orden: *la ejecución de un mandato.*

Rentable.-es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

Empírico.-que está basado en la experiencia y en la observación de los hechos.

Frutícola.-que está relacionado con el cultivo y comercio de frutas.

Pecuarías.- del ganado o relativo a él.

Agroindustria.- actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agrarios pecuarios, forestales y biológicos.

Toneladas métricas.- actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agrarios pecuarios, forestales y biológicos.

Mercado.-cualquier conjunto de transacciones o acuerdo de intercambios de bienes y servicios entre individuos u asociaciones de individuos.

Viabilidad.-posibilidad de llevar a cabo algo.

Hidrato de carbono.-son biomoléculas compuestas por carbono, hidrogeno y oxígeno, cuyas principales funciones en el ser vivo son el prestar energía inmediata y estructural.

Diverticulosis.-los divertículos son pequeñas bolsas que se abultan en el colon o en el intestino grueso. Si tiene estas bolsas, usted tiene una condición llamada Diverticulosis.

Osificación.-osificación es el proceso de creación de nuevo material óseo por las células llamadas osteoblastos. Es sinónimo de formación de tejido óseo. Hay dos procesos para formar tejido óseo normal.

Fructosa.-es una forma de azúcar encontrada en los vegetales las frutas y la miel.

Azúcares.-se denomina técnicamente azúcares a los glúcidos que generalmente tienen sabor dulce.

Pro vitamina a.-una provitamina es una sustancia que puede y tiene que ser transformada en el cuerpo por el propio metabolismo o factores externos en la vitamina para ser aprovechada.

Frutos Climatéricos.-se desarrolla a base de ausencia o presencia durante un proceso de maduración respectivamente en la fruta.

Plagas.-situación o animal que produce daño en el estado físico de una persona.

Isotónicas.- Un medio o solución isotónico es aquel en el cual la concentración de soluto es igual fuera y dentro de una célula.

ABREVIATURAS

RCW. - Research center Weihenstephan.

SDCA.-sociedad de dietética y ciencias de la alimentación.

CFN.-corporación financiera nacional.

MIPRO.-Ministerio de la Productividad.

PIB.- Producto interno Bruto.

RUC.-registro único del contribuyente.

FUE.- formulario único de exportación.

FOB.- free on board.

INEFAN.-instituto ecuatoriano de forestación y áreas naturales.

SESA.-sociedad española de sanidad ambiental.

ALADI.-asociación latinoamericana de integración.

CAN.-comunidad andina de naciones.

FEDEEXPORT.-federación Ecuatoriana de exportadores.

CBC.- corporación de bebidas continentales y del Caribe.

INEC.- Instituto Ecuatoriano de estadísticas y censos.

A N E X O S

TABLA 51 plan de acción

CREACIÓN DE UNA EMPRESA, PROCESADORA DE PULPAS DE FRUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE NÉCTARES Y JUGOS CÍTRICOS EN LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA , AÑO 2014				
Problema principal: “¿De qué manera inciden las herramientas de distribución y comercialización en porcentaje de ventas para los pobladores de la Parroquia Colonche Provincia de Santa Elena?”				
Fin del proyecto: Evaluar la incidencia de las herramientas de distribución y comercialización en los porcentajes de ventas, mediante una investigación que involucre a los actores para la creación de una planta procesadora de pulpa de fruta para elaborar jugos cítricos en la parroquia Colonche del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.		Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a los posibles consumidores- • Entrevistas a los productores de frutas de las Parroquia Colonche. 		
Propósito del proyecto: Crear una empresa procesadora de pulpas de frutas para la elaboración de néctares y jugos cítricos en la parroquia Colonche.		<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un producto fresco y saludable al consumidor 		
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del objetivo	Actividades
Evaluar las necesidades de los consumidores para el desarrollo de la empresa y de la comunidad que serán los proveedores	Entrevista a los clientes y proveedores	Identificación de los consumidores Desarrollo de la comunidad que influye en el proyecto	Gerente de recursos Humanos	1.1. Seleccionar población objetivo, con un 1% de porcentajes de participación del mercado. 1.2. Mercado meta, hombres y mujeres que les guste productos naturales. 1.3. Proveedores son agricultores de la comunidad.

<p>Evaluar la mejor estructura organizacional que ayude al mejor funcionamiento de la empresa.</p>	<p>Estructura organizacional</p>	<p>Desarrollo de manual de funciones y responsabilidades</p>	<p>Personal Administrativo</p>	<p>2.1. Asignación de la estructura organizacional y su manual de funciones. 2.2. Capacitaciones para comunicación entre departamentos. 2.3. Presupuesto para la nueva estructura.</p>
<p>Evaluar la maquinaria necesaria para incrementar la capacidad productiva de la fábrica y obtener así productos de calidad.</p>	<p>Encuesta a los consumidores y observación de competencia</p>	<p>Procesos y recursos tecnológicos para procesamiento de jugos y néctares.</p>	<p>Personal De control de calidad</p>	<p>3.1. Determinar maquinaria óptima. 3.2. Presupuesto inicial para realizar la producción de Néctares y jugos cítricos 3.3. Capacidad de producción de 1500 unidades diarias 3.4. Procesos desde materia prima hasta el canal de distribución (mayoristas) 3.5. Estudio técnico con un costo de construcción de la planta de \$30759,85 3.6. Ejecutar el estudio.</p>
<p>Implementar campañas de publicidad agresiva para introducir en el mercado</p>	<p>Encuesta a los consumidores</p>	<p>Marketing Mis</p>	<p>Personal de Marketing</p>	<p>4.1. Campañas publicitarias en televisión, radio e introducción al mercado 4.2. Presupuesto para la publicidad de \$18504.00 4.3. Identificación de los mayores competidores del mercado de néctares y jugos cítricos.</p>

FOMATO DE ENTREVISTA A LOS PRODUCTORES



ENTREVISTA

OBJETIVO: Conocer posibles proveedores de la materia Prima básica (frutas) para la elaboración de néctares y jugos cítricos

EDAD: _____ **SEXO:** M F
COMUNIDAD: _____

1.- ¿A qué actividad se dedica usted?

2.- ¿cuantos años viene trabajando en esta actividad?

3.- ¿Forma usted parte de una asociación o trabaja de manera independiente?

4.- ¿Cuantos son sus ingresos que recibe por la actividad que realiza?

5.- ¿Ha tenido alguna dificultad al momento de vender sus productos?

Si

No

¿Cuáles son estas dificultades?

6.- ¿Cómo realiza la venta de sus productos?

7.- ¿Cuántas toneladas métricas cosecha de cada fruta?

8.- ¿Ha recibido apoyo de alguna institución del gobierno para la venta de sus productos?

Si

No

9.- ¿Si hubiera una empresa de elaboración de néctares y jugos cítricos cercana a su lugar de trabajo en Colonche estaría dispuesto a vender sus productos a esta fábrica?

Si

No

¿Por qué?

**FOMATO DE ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES DE LOS
CANTONES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**



ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer posibles consumidores de los néctares y jugos cítricos, mediante la aplicación de encuestas para analizar el mercado especializado que consume estos productos néctares y jugos cítricos

Edad: _____ **SEXO:** M F

Cantón: _____

1.- ¿Consumen usted por lo general jugos envasados?

Si

No

(En caso de ser no dé por terminada la encuesta)

2.- ¿Con que frecuencia consume jugos envasados?

Todos los días otros especifique _____

Tres veces por semanas

Una vez al mes

3.- ¿Dónde compra por lo general los jugos envasado que usted consume?

• Tienda del Barrio:

• Súper mercado:

• Distribuidor

• otros:

4.- Generalmente ¿qué sabor de jugo envasado le gusta más a usted?

Cítricos

Lima – limón

Naranja

Piña

Maracuyá

Mango

Guanábana

No cítricos

Guayaba

Guaba

Manzana

Sandía

Durazno

5.- ¿Qué presentación usted prefiere consumir?

Kids ¼	<input type="checkbox"/>	2 Litros	<input type="checkbox"/>	botella personal	<input type="checkbox"/>
½ Litro	<input type="checkbox"/>	2 ½ Litros	<input type="checkbox"/>		
1 Litro	<input type="checkbox"/>	Familiar de tres litros	<input type="checkbox"/>		
1 ½ Litro	<input type="checkbox"/>				

6.- ¿Qué tipo de envase le agrada más a usted?

- Fundas plásticas de resistencia firme
- Botella Plástica transparente
- Botella de plástico de color
- Botella de Vidrio
- Tetra pack

7.- ¿Para qué tipo de ocasión consume jugos envasados?

- a) Cumpleaños:
 - b) Cenas familiares:
 - c) Almuerzos
 - d) Lonchera escolar
 - e) Otro:
-

8.- ¿Conoce usted Si existe dentro de la provincia algún grupo o empresa que se dedique a la elaboración de jugos envasados?

Sí No

En caso de ser si escriba el nombre

9.- ¿Si se creara una empresa Santa elenense que se dedique a la elaboración de jugos envasados usted compraría este producto?

Sí No

¿Por qué?

10.- Piensas que esta idea de negocio es:

a) Importante b) Necesario c) No le preocupa

11.- ¿Qué tan interesante le parece que se implemente una empresa de este aspecto en su comunidad para usted?

- ✓ Muy interesante
- ✓ Interesante
- ✓ Poco interesante
- ✓ Nada interesante

12.- ¿Sería usted un cliente más que consumiría nuestros productos?

SI NO TALVEZ

FOMATO DE ENCUESTA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTON SANTA ELENA



ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer posibles consumidores de los néctares y jugos cítricos, mediante la aplicación de encuestas para analizar el mercado especializado que consume estos productos néctares y jugos cítricos

Edad: _____ **SEXO:** M F
Cantón: _____

1.- ¿Consume usted por lo general jugos envasados?

Si
No

(En caso de ser no dé por terminada la encuesta)

2.- ¿Con que frecuencia consume jugos envasados?

Todos los días otros especifique _____
Tres veces por semanas
Una vez al mes

3.- ¿Dónde compra por lo general los jugos envasado que usted consume?

- Tienda del Barrio:
- Súper mercado:
- Distribuidor
- otros:

4.- Generalmente ¿qué sabor de jugo envasado le gusta más a usted?

Cítricos

Lima – limón
Naranja
Piña
Maracuyá
Mango
Guanábana

No cítricos

Guayaba
Guaba
Manzana
Sandia
Durazno

5.- ¿Qué presentación usted prefiere consumir?

- Kids 1/4 2 Litros botella Personal
1/2 Litro 2 1/2 Litros
1 Litro Familiar de tres litros
1 1/2 Litro

6.- ¿Qué tipo de envase le agrada más a usted?

- Fundas plásticas de resistencia firme
- Botella Plástica transparente
- Botella de plástico de color
- Botella de Vidrio
- Tetra pack

7.- ¿Para qué tipo de ocasión consume jugos envasados?

- f) Cumpleaños:
g) Cenas familiares:
h) Almuerzos
i) Lonchera escolar
j) Otro:

8.- ¿Conoce usted Si existe dentro de la provincia algún grupo o empresa que se dedique a la elaboración de jugos envasados?

Sí No

En caso de ser si escriba el nombre

9.- ¿Le gustaría que en su sector se cree una empresa procesadora de jugos que brinde Oportunidades de Plazas de trabajos para la Comunidad?

SI NO

Porque:

10.- Piensas que esta idea de negocio es:

- a) Importante b) Necesario No le preocupa

11.- ¿Qué tan interesante le parece que se implemente una empresa de este aspecto en su comunidad para usted?

- ✓ Muy interesante
- ✓ Interesante
- ✓ Poco interesante
- ✓ Nada interesante

12.- ¿Sería usted un cliente más que consumiría nuestros productos?

SI NO TALVEZ

13.- ¿Le gustaría que la ubicación de la empresa procesadora de jugos sea en Palmar?

SI NO

¿Por qué?

ILUSTRACIÓN 12 Producción de Maracuyá



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 13 entrevista a productor de maracuyá y sandía



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 14 entrevista a productor de mango y naranjas



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 15 encuesta en el cantón Salinas



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 16 encuesta en el Cantón Santa Elena



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González

ILUSTRACIÓN 17 encuesta en el Cantón La Libertad



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Jimmy Quimi González