



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN
DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: LISSETTE JOHANNA CARREÑO MALDONADO

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN
DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013.”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: LISSETTE JOHANNA CARREÑO MALDONADO

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 23 de Julio del 2012.

APROVACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”; elaborado por la Srta. CARREÑO MALDONADO LISSETTE JOHANNA, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

A dios por permitirme cristalizar mi anhelo.

A mi familia que me ha ayudado incondicionalmente en mi formación personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por su compañía.

A mis padres Santos Carreño Gálvez, Maxi Maldonado González y hermanos Oscar, María, Roberto por estar en los momentos buenos y malos.

Al Lcdo. Pico Eduardo Gutiérrez, MGE. Docente de la Carrera de Administración de Empresas, por su direccionamiento y apoyo constante durante el trascurso de mis estudios, muchas gracias.

A mi tutora de tesis Ing. Linda Núñez Guale, MSC a mi profesora del área la Econ. Hermelinda Cochea Tomalá. Por sus orientaciones en la tesis de grado.

A mis compañeros por enseñarme la importancia de la amistad, por sus sugerencias, trabajos en equipo y por compartir todos estos años de estudios.

TRIBUNAL DE GRADO

**Ing. Mercedes Freire Rendón, MSC.
DECANA DE LA FACULTAD
C.C. ADMINISTRATIVAS**

**Econ. Pedro Aquino Caiche, MSC.
DIRECTOR DE ESCUELA.**

**Ing. Linda Núñez Guale, MSC.
PROFESOR TUTOR**

**Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DEL AREA**

**Ab. Milton Zambrano Coronado, MSC.
SECRETARIO GENERAL-PROCURADOR**

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN
DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2012”.**

Autor: Lissette Carreño Maldonado
Tutor: Ing. Linda Núñez Guale, MSC.

RESUMEN

Se estudió el abastecimiento de frutas en el cantón la Libertad aplicando herramientas de entrevistas a proveedores y productores locales, se identificó que la provincia de Santa Elena, posee un alto potencial agrícola extraordinario a lo largo de todo el año. Se aplicó encuestas a los habitantes para conocer el nivel de consumo de frutas gustos preferencias y la aceptación de una propuesta. Se decidió la creación de empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas en la provincia de Santa Elena, año 2011; como jugos, batidos y ensaladas de frutas 100% naturales. Nuestro segmento de mercado es la población económicamente activa de la provincia de Santa Elena. Para determinar el tamaño del presente proyecto se debe producir 277.526,60 productos anualmente. La empresa estará ubicada en el centro del cantón La Libertad, según datos de la encuesta y por las variables analizadas, es el sitio preferidos por los posibles consumidores. El nombre que identificará a la empresa es “Delicious Fruit” que quiere decir “Deliciosas Frutas” será legalmente constituida como sociedad anónima. La estructura de financiamiento del proyecto estará conformada por un 20% de recursos propios equivalentes a \$16812,93 y el 80% restante equivalente a \$67.251,71 que corresponde a un crédito solicitado por la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés del 10.50% con un plazo de 5 años para poder cubrir el préstamo. El flujo de caja del proyectó un VAN de \$21.021,75 y una TIR de 12,40% el período de recuperación de la inversión es desde el primer año. El análisis de sensibilidad realizado demostró que el proyecto es rentable incluso en situaciones adversas, pero no hay que dejar que el precio de la materia prima de un producto incremente a \$1.00 por que no se logrará cubrir con la inversión.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACION DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
INTRODUCCIÓN	1
1. TEMA	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	11
5. JUSTIFICACIÓN	11
6. OBJETIVOS	15
7. HIPÓTESIS.....	16
CAPÍTULO I	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1. INTRODUCCIÓN	19
1.1. GENERALIDADES	19
1.2. ANTECEDENTES DEL TEMA	20
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
1.3.1. EMPRESA	20
1.2.1. EMPRESAS EN ECUADOR	21
1.4.PROCESO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS	23
1.5. PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS	25
1.6.PRODUCCIÓN DE FRUTAS EN EL ECUADOR.....	26
1.7. LAS FRUTAS.....	28
1.7.1. PROPIEDADES DE LAS FRUTAS	29

1.8. CONSUMO DE FRUTAS EN EL PAÍS	33
1.9. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	34
1.9.1. TIPOS DE EMPRESAS Y LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA ECUATORIANA.....	34
1.9.2. TIPO DE EMPRESA	35
1.9.3. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES	35
1.9.4. PATENTE MUNICIPAL.....	35
1.9.5. PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO	36
1.9.6. REGISTRO SANITARIO.....	37
1.9.7. OBLIGACIÓN DE REGISTRO Y AFILIACIÓN	38
1.10. MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL	39
CAPÍTULO II.....	42
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
2.4.1. DOCUMENTAL.....	44
2.4.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA	44
2.4.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	44
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.5.1. TIPOS DE TÉCNICAS.....	45
2.5.2. DOCUMENTAL.....	45
2.5.3. CAMPO	46
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
2.7.1. POBLACIÓN.....	47
2.7.2. MUESTRA	49
CAPÍTULO III.....	51
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	52
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	70
3.3. CONCLUSIONES	72

3.4.RECOMENDACIONES	73
CAPÍTULO IV.....	75
PROPUESTA.....	75
4.1. PRESENTACIÓN.....	75
4.2. NATURALEZA DEL PROYECTO.....	75
4.2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	75
4.2.2. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS	76
4.2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS	78
4.3. ESTUDIO DE MERCADO	79
4.3.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA	79
4.3.2. PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO	80
4.4. ESTUDIO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	82
4.4.1. MISIÓN	82
4.4.2. VISIÓN	82
4.4.3. OBJETIVO DEL NEGOCIO.....	82
4.4.4. ANÁLISIS FODA.....	84
4.4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	86
4.4.6. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS.....	87
4.4.7. SUELDO DEL PERSONAL	95
4.4.8. DESARROLLO DEL PERSONAL.....	96
4.4.9. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	98
4.4.10. FUERZAS DE PORTER.....	104
4.5. MARKETING MIX.....	106
4.5.1. PRODUCTO	107
4.5.1.1. MARCA.....	107
4.5.1.2. ENVASES.....	108
4.5.2. PRECIO	109
4.5.3. PLAZA.....	110
4.5.3.1. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA	110
4.5.4. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO	112
4.5.4.1. PUBLICIDAD	112

4.5.5. ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	114
4.6. ESTUDIO TÉCNICO.....	115
4.6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	115
4.6.2. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.....	117
4.6.3. UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	119
4.6.4. TAMAÑO DELAEMPRESA.....	119
4.6.5. COSTO DE INVERSIÓN.....	120
4.6.5.1. INVERSION.....	120
4.6.5.2. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.....	120
4.6.5.3. INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES.....	122
4.6.5.4. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.....	124
4.6.6. COSTOS DIRECTOS.....	124
4.6.6.1. MATERIALES DIRECTOS.....	124
4.6.6.2. REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	126
4.6.6.3. COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN.....	127
4.6.6.4. DEPRECIACIONES Y MANTENIMIENTOS.....	127
4.6.6.5. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	129
4.6.6.6. GASTOS FINANCIEROS.....	130
4.7. ESTUDIO FINANCIERO.....	131
4.7.1. FINANCIAMIENTO.....	131
4.7.1.1. CAPITAL DE TRABAJO.....	131
4.7.1.2. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.....	132
4.7.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS.....	133
4.7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	135
4.7.4. RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA ESTIMADOS.....	137
4.7.4.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	137
4.7.4.2. FLUJO DE CAJA.....	139
4.7.4.3. BALANCE GENERAL.....	141
4.7.5. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR).....	142
4.7.6 VALOR ACTUAL NETO.....	142
4.7.7. TASA INTERNA DE RETORNO.....	143

4.7.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	143
4.7.8.1. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL.....	143
4.7.9. RATIOS FINANCIEROS.....	145
4.6.13.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN.....	145
4.8. IMPACTO DEL PROYECTO.....	148
4.8.1. IMPACTO AMBIENTAL.....	148
4.9. PLAN DE ACCIÓN.....	150
CONCLUSIONES.....	153
RECOMENDACIONES.....	155
BIBLIOGRAFIA.....	156
ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Variable independiente	17
Cuadro 2.	Variable dependiente	18
Cuadro 3.	Tipos de investigación	43
Cuadro 4.	Fuentes de recolección de información	45
Cuadro 5.	Población económicamente activa de Santa Elena	48
Cuadro 6.	Instrumentos a utilizar	51
Cuadro 7.	Características de los encuestados	52
Cuadro 8.	Participación en el mercado	79
Cuadro 9.	Competencia indirecta	81
Cuadro 10.	Funciones y perfil del administrador	87
Cuadro 11.	Funciones y perfil del contador	88
Cuadro 12.	Funciones y jefe de producción	89
Cuadro 13.	Funciones y perfil del asistente administrativo	90
Cuadro 14.	Funciones y perfil del auxiliar de contabilidad	91
Cuadro 15.	Funciones y perfil del auxiliar de la cajera	92
Cuadro 16.	Funciones y perfil del bodeguero	93
Cuadro 17.	Funciones y perfil del barman	94
Cuadro 18.	Sueldos del personal	95
Cuadro 19.	Programas de capacitación y desarrollo de la empresa “Delicious Fruit”	97
Cuadro 20.	Escala de calificaciones	103
Cuadro 21.	Escala de notas	103
Cuadro 22.	Precios de los productos	109
Cuadro 23.	Publicidad	112
Cuadro 24.	Simbología de procesos	117

Cuadro 25.	Tamaño de la empresa en unidades	119
Cuadro 26.	Inversión en maquinaria y equipo	120
Cuadro 27.	Muebles y enseres	102
Cuadro 28.	Inversión en equipos de computación	102
Cuadro 29.	Equipos de oficinas	12
Cuadro 30.	Permisos de funcionamiento	122
Cuadro 31.	Inversión en publicidad	123
Cuadro 32.	Cronograma de inversión	124
Cuadro 33.	Costo total de la materia prima	125
Cuadro 34.	Gastos por sueldos y beneficios de ley	126
Cuadro 35.	Gastos generales de fabricación	127
Cuadro 36.	Depreciación de activos fijos	128
Cuadro 37.	Presupuestos de mantenimiento de activos fijos	128
Cuadro 38.	Gastos proyectados de administración	129
Cuadro 39.	Tabla de amortización del crédito directo de la CFN.	130
Cuadro 40.	Inversión y financiamiento	131
Cuadro 41.	Capital de trabajo	132
Cuadro 42.	Cronograma de inversión	132
Cuadro 43.	Precio de venta proyectado a 5 años	133
Cuadro 44.	Presupuesto de ingresos por ventas	134
Cuadro 45.	Punto de equilibrio de jugos	135
Cuadro 46.	Punto de equilibrio batidos	136
Cuadro 47.	Punto de equilibrio de ensaladas de frutas	136
Cuadro 48.	Estados de pérdidas y ganancias	138
Cuadro 49.	Flujo de caja	140
Cuadro 50.	Balance general	141
Cuadro 51.	TEMAR	146
Cuadro 52.	Razones financieras	144
Cuadro 53.	Plan de acción	150
Cuadro 54.	Formato de evaluación	160
Cuadro 55.	Cuestionario de preguntas para la entrevistas	164

Cuadro 56.	Fiestas de la provincia de Santa Elena	174
Cuadro 57.	Mercado actual	143
Cuadro 58.	Ocasiones de consumo	178
Cuadro 59.	Tasa de inflación del Ecuador	178
Cuadro 60	Porcentaje de la demanda por producto	179
Cuadro 61	Preferencia de cada producto	179
Cuadro 62	Demanda anual por productos	163
Cuadro 63	Costo de producción y precio de venta	181
Cuadro 64	Costos directos	182
Cuadro 65	Proyección de ingresos anuales	182
Cuadro 66	Utilitaria de cocina	182
Cuadro 67	Artículos de aseo	183
Cuadro 68	Gastos anuales de suministros de oficina	183
Cuadro 69	Depreciación de los nuevos activos fijos	184
Cuadro 70	Mantenimiento de los nuevos activos fijos	184
Cuadro 71	Presupuesto de servicios básicos y alquiler del local	185
Cuadro 72	Maquinarias	187
Cuadro 73	Utilitario de cocina	188
Cuadro 74	Muebles y enseres	189
Cuadro 75	Artículos de aseo	190
Cuadro 76	Tecnología	191

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Alimentación con frutas	53
Gráfico 2.	Frutas de mayor preferencia	54
Gráfico 3.	Frecuencia de consumo de frutas	55
Gráfico 4.	Consumo de productos a base de frutas	56
Gráfico 5.	Preferencia de consumo de frutas	57
Gráfico 6.	Elementos factibles de combinar en bebidas	58
Gráfico 7.	Elementos factibles de combinar en las porciones de frutas	59
Gráfico 8.	Cantidad adecuada de bebidas	60
Gráfico 9.	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la bebida	61
Gráfico 10.	Cantidad adecuada de porciones de frutas	62
Gráfico 11.	Valores a cancelar por las porciones de frutas	63
Gráfico 12.	Visita de un nuevo local de alimentos saludables	64
Gráfico 13.	Ubicación del local	65
Gráfico 14.	Ambiente del local	66
Gráfico 15.	Promociones	67
Gráfico 16.	Servicios adicionales	68
Gráfico 17.	Atención al cliente	69
Gráfico 18.	Estructura organizacional	68
Gráfico 19.	Matriz de las cinco fuerzas de Porter	104
Gráfico 20.	Marca del producto	107
Gráfico 21.	Envases de los productos	108
Gráfico 22.	Cadena de distribución	130
Gráfico 23.	Croquis de localización	131
Gráfico 24.	Proceso de producción	115
Gráfico 25.	Diagrama de flujo de procesos de DELICIOUS FRUIT	118
Gráfico 26.	Hoja volante	167

Gráfico 27	Tríptico	168
Gráfico 28	Tarjeta de presentación	170
Gráfico 29	Cuña radial	171
Gráfico 30	Página web de la empresa	1172
Gráfico 31.	Diseño del local	193

ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1.	Productora de frutas en Bella Esperanza	163
	Presidente de la Asociación de Productores Agropecuarios-	163
Foto 2.	Valle Manantial	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Alimentación con frutas	53
Tabla 2.	Frutas de mayor preferencia	54
Tabla 3.	Frecuencia de consumo de frutas	55
Tabla 4.	Consumo de productos a base de frutas	56
Tabla 5.	Preferencia de consumo de frutas	57
Tabla 6.	Elementos factibles de combinar en bebidas	58
Tabla 7.	Elementos factibles de combinar en las porciones de frutas	59
Tabla 8.	Cantidad adecuada de bebidas	60
Tabla 9.	Cantidad adecuada de porciones de frutas	61
Tabla 10.	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la bebida	62
Tabla 11.	Valores a cancelar por las porciones de frutas	63
Tabla 12.	Visita de un nuevo local de alimentos saludables	64
Tabla 13.	Ubicación del local	65
Tabla 14.	Ambiente del local	66
Tabla 15.	Promociones	67
Tabla 16.	Servicios adicionales	68
Tabla 17.	Atención al cliente	69
Tabla 18.	Tabla nutricional de las frutas	276

INTRODUCCIÓN

EL mantener un estilo de vida saludable, significa un reto para aquellas empresas que desarrollan negocios que no tienen nada de innovador, representando para nosotros una gran ventaja hacia desarrollar ideas creativas e innovadoras en un mercado tradicional. Se estima que la sociedad de la provincia no cuenta con los hábitos alimentarios que se necesitan para mantener en un estado saludable, lo que ha sido causado por los estilos modernos de vida que limita el tiempo dedicado para el bienestar. Existe también la falta de un establecimiento que ofrezca alimentos deliciosos y saludables.

Dada la situación actual del país en cuestiones alimentarias y de salud, se ha identificado que hay una oportunidad viable de combatir este problema mediante el desarrollo de un nuevo concepto de hacer negocio basado en la calidad de vida, mediante el cuidado de la alimentación. Una posible solución sería la creación de un nuevo concepto en “comida rápida” con un estilo saludable y 100% natural, que ayude a brindar opciones alimenticias para las personas que buscan mejorar su salud, con la implementación del manejo adecuado de las propiedades de las frutas para la elaboración de nuevos productos.

En el denominado problema, se analiza la profundidad de sus causas, consecuencias y posibles soluciones a la creación de una empresa alimenticia de productos a base de frutas. Esto otorga más posibilidades de poder acceder a productos saludables que permitan mejorar lo malos hábitos alimenticios. La situación problemática está debidamente a un contexto real y específico, que una vez ratificadas las hipótesis se podrá realizar este tipo de proyecto en otras ciudades del país para poder encontrar productos que beneficien a la salud, aprovechando las diferentes frutas que se producen en el Ecuador.

Así mismo en el capítulo I, el marco teórico fundamenta los conocimientos científicos para poder resolver el problema. La estrategia mundial sobre el régimen alimentario, actividad física y salud para la prevención y control total de las enfermedades no transmisibles, llamando a los gobiernos, sociedad civil y la comunidad internacional, para promover formas de vida más saludables, incluyendo hábitos sanos en alimentación y actividad física para mejorar estilos de vida de las personas y las comunidades. De estas estrategias se ha extraído las correspondientes dimensiones que contribuyan con información que pueda dar soporte científico y teórico que aporte a la investigación del problema en cuestión. Entre una de las ventajas que brindan la generación de nuevas ideas es que exista en el mercado establecimientos que brinden alimentos y bebidas naturales elaboradas a base a frutas es una actividad comercial y empresarial que permite la generación de ingresos para las familias y empleo para el país.

La metodología que se plantea en el capítulo II, se describe los procesos para poder recabar información que puede aportar con criterios que van a dar soporte real del problema. En lo que respecta a la modalidad de la investigación podemos decir que la investigación es de proyecto factible con hipótesis que se basa en la investigación de campo. Se realizaron encuestas a los habitantes de la provincia de Santa Elena considerando a la población económicamente activa y entrevistas a los proveedores y productores de frutas. Es necesario también reforzar con investigación bibliográfica la misma que en su mayoría será obtenida del internet, ya que como se mencionó anteriormente es una de las opciones de encontrar material de consulta más actualizado como también de fácil y rápido acceso.

El procesamiento y análisis de la investigación de los instrumentos de recolección de información, organización, tabulación, representación gráfica análisis e interpretación, es descrito en el capítulo III debido a que en este capítulo mediante los procesos correspondientes se transforma la información provista por la fuente en datos que permitan tomar decisiones para la resolución del problema.

Finalmente se describen las conclusiones y recomendaciones, una vez interpretados los resultados de la información se procede a desarrollar las correspondientes conclusiones para cada pregunta y en base a cada conclusión emitir las más apropiadas recomendaciones.

La creación de una empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas en la provincia de Santa Elena, se refiere a la existencia de un establecimiento que oferte al mercado meta opciones de alimentos saludables y a la generación de empleo para los habitantes, con la debida fundamentación teórica y estrategias de evaluación, lo que es desarrollado en el capítulo IV.

ANEXOS, corresponde al material de referencia entre el que está: referencias bibliográficas, instrumentos y otros elementos de apoyo al trabajo.

1. TEMA

CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las enfermedades crónicas asociadas a la nutrición-ECN son en la actualidad las principales causas de enfermedades y muertes en la mayor parte del mundo. La Organización Mundial de la Salud, año 2002, revela que la mortalidad y la discapacidad atribuidas a las principales enfermedades no transmisibles representan actualmente alrededor del 60% de todos los fallecimientos y el 47% de la carga de morbilidad mundial, según se prevé, esos porcentajes aumentarán al 73% y al 60% respectivamente, antes del año 2020; observando que el 66% se registran en los países en desarrollo, donde las personas afectadas son por término medio, más jóvenes que en los países desarrollados.

En mayo del año 2004, la 57^a Asamblea Mundial de la Salud aprobó la estrategia mundial sobre el régimen alimentario, actividad física y salud para la prevención y control total de las enfermedades no transmisibles, llamando a los gobiernos, sociedad civil y la comunidad internacional, para que se comprometan a promover formas de vida más saludables, incluyendo hábitos sanos en alimentación y actividad física para mejorar estilos de vida de las personas y las comunidades.

Las empresas del sector alimentario, minoristas, proveedores de servicios de comidas, fabricantes de artículos deportivos, agencias de publicidad, empresas de recreación, aseguradoras, grupos bancarios, empresas farmacéuticas y los medios de difusión pueden desempeñar funciones importantes como empleadores responsables y promotores de vida sana. Todos ellos pueden asociarse a los

gobiernos y las organizaciones no gubernamentales en la aplicación de medidas encaminadas a enviar mensajes positivos y coherentes que faciliten y posibiliten la realización de actividades integradas para promover la alimentación sana y la actividad física. Las iniciativas de la industria alimentaria para reducir tanto el contenido de grasas, azúcar y sal de los alimentos elaborados como el tamaño de las porciones, ofrecer otras opciones innovadoras, saludables y nutritivas, podrían acelerar la obtención de beneficios de salud en todo el mundo. Manifestado en el Informe sobre la salud en el mundo 2002.

De acuerdo al programa Aliméntate Ecuador 2011, del Ministerio de Inclusión Económica y Social MIIES indica que Ecuador, al igual que otros países de América Latina, atraviesa por una transición nutricional y epidemiológica, consecuencia de la inequidad, el crecimiento urbano, la influencia del patrón de alimentación occidental urbana moderna y el sedentarismo, Aliméntate Ecuador, año 2011. La obesidad es uno de los principales problemas de los habitantes ecuatorianos, según datos proporcionados por la Sociedad Ecuatoriana de Ciencias de la Alimentación y Nutrición-SECIAN, año 2006. Actualmente el exceso se presenta en niños y adolescentes que estudian en escuelas y colegios del sector fiscal y privado correspondientes en las ciudades de las costas ecuatorianas, provocado por una deficiencia en la nutrición y la falta de actividad física que afecta a todas las edades. Montalbán M- Alvear J. Quito, año 2005. En el Ecuador, 14 de cada 100 escolares de 8 años tuvo exceso de peso en el año 2001, según Rodrigo Yépez, año 2005. Se estima que el 80% de los adultos con obesidad severa tenían obesidad durante la adolescencia, el sector que sufre de este problema está expuesto a un alto riesgo de padecer diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares e hipertensión arterial. Según la nutricionista Carmen Letor, año 2011, existen diferentes factores que provocan la obesidad como: las causas genéticas, metabólicas, psicológicas, socioculturales, el sedentarismo, nutrición altamente calórica, el factor tiempo y finalmente la comodidad.

Actualmente en las grandes y pequeñas ciudades de nuestro país no hay alternativas nutritivas que puedan ser consideradas para el consumo diario. Los estilos de vida de las personas son variados y a veces no tienen tiempo para preparar productos saludables, motivos por el cual muchos de ellos recurren a comprar alimentos que ofrecen las grandes cadenas de fast food y en cualquier otro establecimiento de comida rápida; como hamburguesas, hot-dogs, papas fritas, pizzas y demás snacks, estos tipos de productos poseen un escaso valor nutricional, provocando en los habitantes grandes perjuicios a la salud y a la economía al momento de consumirlos. El crecimiento de restaurantes de comida rápida y muchas personas que comen en la calle es el vínculo que existe en la insistencia de las principales causas a las que los habitantes ganan más y más sobrepeso por el consumo de alimentos altos en grasas, azúcar y sal. Ballay Ram Economista del Instituto de Nutrición y Alimentos del Caribe - CFNI de la Organización Panamericana de Salud, 2010.

Los antecedentes y hechos presentados demuestran que la obesidad es un problema que se incrementa día a día, y una forma de combatir este mal, es proponiendo alternativas saludables para el consumo de alimentos que contengan los requerimientos necesarios, que constituyan una nueva percepción en la industria de la “comida rápida”, para que la sociedad pueda consumir productos de una forma innovadora y rápida.

En Ecuador, existen campañas de salud para combatir el problema de obesidad, como resultado, la sociedad está cambiando sus estilos de vida para obtener calidad de vida. Hoy por hoy el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIIES mediante su Programa Aliméntate Ecuador, 2008; junto a las “Tiendas de Alimentos de Verdad”, realizan eventos y redes de talleres denominado “Aprendiendo Recetas Saludables”, esta entidad apoya y promociona al consumo de verduras y frutas creando así nuevos hábitos saludables en los hogares ecuatorianos. Ya que su principal objetivo es promover una alimentación apropiada e indispensable para un adecuado crecimiento.

El MIIES se encuentra desarrollando diversas estrategias para crear conciencia en la ciudadanía sobre lo relevante e indispensable que es llevar una vida sana, su reciente programa mediante redes sociales promocionando a nivel nacional la campaña de sensibilización en alimentación saludable contra la obesidad y sobrepeso denominada “SUBE SUBE”, logrando así que miles de personas conozcan más sobre la alimentación sana, y a la vez realiza invitaciones para que trabajemos todos juntos por un Ecuador mejor alimentado y más sano.

Otro organismo público que impulsa a cambiar el estilo de vida de sus habitantes es el Ministerio de Deporte, con el nuevo proyecto de “ECUADOR EJERCÍTE Y VIVE SANO”. Donde se realizarán sesiones diarias de bailo terapia, aeróbicos y Tai-chi de manera gratuita para la comunidad, los que se efectuarán en parques y plazas de las principales ciudades del sector, durante cinco días de la semana y por cuatro horas diarias. El éxito de este programa busca activar a la sociedad y reducir los altos índices de sedentarismo que aquejan al Ecuador, motivando a la Cartera de Estado a buscar la ejecución de Ejercítate y Vive Sano en todo el país, a través de las Federaciones Deportivas Provinciales.

El gobierno ecuatoriano además de realizar proyectos sociales también se encuentra brindando apoyo a empresarios y emprendedores con negocios en funcionamiento o aquellos que se encuentran aún como un proyecto, otorgando créditos rápidos y oportunos a través de los diferentes programas públicos de financiamiento como:

- El Ministerio de Industrias y Productividad-MIPRO, a través del Programa FONDEPYME, contribuye al mejoramiento de las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas, medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional.

- El Banco Nacional del Fomento- BNF, otorga apoyo a aquellos proyectos de inversión en unidades de producción, comercio o servicio, en funcionamiento o por instalarse, financiando hasta con el 80% del proyecto de realizarse y con una tasa de interés vigente.
- La Corporación Financiera Nacional-CFN, ofrece crédito directo para el desarrollo mediante su programa de financiamiento para emprendedores (DIR-047-2011), hasta con el 80% para proyectos. El sujeto de crédito deberá cumplir con una relación de Patrimonio/Activo Total mínima del 20%, al momento de aprobarse la operación, considerando la obligación contraída con la CFN.

Con facilidades de financiamiento en la ejecución de proyectos representan una gran oportunidad para poder crear nuevas ideas de negocios que generen ganancias con la menor inversión, ofreciendo a las personas a encontrar alternativas saludables en el mercado y productos de excelente calidad, alimentos que además de deliciosos les proporcionen beneficios a su salud; entre las mejores alternativas nutritivas están las frutas.

En nuestro país los establecimientos que brindan alimentos y bebidas naturales elaboradas a base a frutas es una actividad comercial y empresarial que permite la generación de ingresos para las familias y empleo para el país. Las frutas nos brindan una serie de beneficios para nuestra salud, los últimos estudios realizados han demostrado que la alta relación que existe en consumir todos los días frutas, baja la incidencia de enfermedades. Su alto contenido de minerales, enzimas, fibras, agua y antioxidantes ayuda a limpiar e hidratar nuestro organismo. Revista Magazine, edición 25-febrero 2008, p 12.

Una manera fácil de consumirlas, es mediante la ingesta diaria de jugo natural recién exprimido, debido a que las frutas representan la fuente principal de vitaminas asimilables por el cuerpo humano, batidos preparados con ingredientes

que proceda únicamente de la fruta natural sin conservadores o saborizantes artificiales son una alternativa viable para las personas que desean mantener un estilo de vida saludable. Recientemente un estudio del Centro Médico de la Universidad de Vanderbilt, en Tennessee, reveló que al consumir jugos de frutas y verduras por lo menos tres veces a la semana se previene el mal de Alzheimer. Los antioxidantes que aportan estos productos frescos previenen ciertos tipos de cáncer. Ramírez, 2007. Todos estos estudios fueron analizados debido a la identificación del funcionamiento del proceso de digestión del cuerpo, en el cual existe el beneficio de poder absorber de una manera más rápida y eficiente las vitaminas y minerales que proceden de las frutas entera. Esto se debe a que los nutrientes se quedan atrapados en la fibra y mediante la extracción del jugo aquella fibra se rompe y los nutrientes son liberados, así se ayuda al sistema digestivo y únicamente absorber lo que se requiere de la fruta.

Después de analizar el contexto en el que se encuentra la sociedad ecuatoriana, se ha observado algunos rasgos como hechos y evidencias, de que las personas han decidido retomar un nuevo estilo de vida. Los habitantes están preocupados por el bienestar físico y mental de ellos mismos, la implementación de alternativas saludables puede ser la solución al problema para combatir la obesidad. Un nuevo estilo de vida enfocado a la salud, al cuidado físico ayuda a mantener en equilibrio al cuerpo y evitar enfermedades. Dada la situación actual del país en cuestiones alimentarias y de salud, se ha identificado que hay una oportunidad viable de combatir este problema mediante el desarrollo de un nuevo concepto de hacer negocio basado en la calidad de vida, mediante el cuidado de la alimentación. Una solución sería la creación de un nuevo concepto en “comida rápida” con un estilo saludable y 100% natural, que ayude a brindar opciones alimenticias para las personas que buscan mejorar su salud, con la implementación del manejo adecuado de las propiedades de las frutas para la elaboración de un nuevo producto, pensando sobre todo en las personas que no tienen el tiempo de preparar un desayuno balanceado por su estilo de vida de tiempo reducido como el de los estudiantes y personas que trabajan.

Los habitantes de la provincia de Santa Elena buscan mantener un estilo de vida alto, significando así un reto para aquellas empresas que desarrollan negocios que no tienen nada de innovador, representando para nosotros una gran ventaja para desarrollar ideas creativas e innovadoras en un mercado tradicional. Se estima que la sociedad de la provincia no cuenta con los hábitos alimentarios que se necesitan para mantener en un estado saludable, lo que ha sido causado por los estilos modernos de vida que limita el tiempo dedicado para el bienestar. La falta de un establecimiento que ofrezca alimentos deliciosos y saludables, son las pocas opciones de los pobladores de la provincia de Santa Elena, de poder asistir en cualquier momento con amigos y familiares en un ambiente cómodo y agradable que permita mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Se propone la introducción de bebidas saludables elaboradas con ingredientes naturales, con alto nivel vitamínico y con un agradable sabor, enfocado a un mercado potencial que se encuentra en el Cantón La Libertad, basado en el valor agregado de la innovación y mercadotecnia.

De esta manera se podrá contribuir a que las personas encuentren en el mercado productos de excelente calidad, naturales y con grandes beneficios para la salud, tomando ventajas de las maravillosas y exquisitas frutas que se producen en nuestro país. Aprovechando el apoyo de las diferentes campañas que realizan las entidades públicas como el MIESS-en su programa “Aliméntate Ecuador” y del Ministerio de Deporte con el nuevo proyecto de “Ecuador ejercítate y vive sano”. Es posible que los consumidores de la provincia de Santa Elena quieran cambiar sus viejos estilos de vidas, y adoptar uno nuevo.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta la inexistencia de una empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas provincia de Santa Elena, año 2013?

4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ❖ ¿De qué manera afecta a los habitantes de la provincia de Santa Elena el alto consumo de grasas en la comida?
- ❖ ¿Cuáles son las principales enfermedades que se presentan por el consumo de alimentos poco nutricionales?
- ❖ ¿Cómo incide la ausencia de alternativas saludables en la adecuada alimentación y nutrición de las personas?
- ❖ ¿De qué modo un nuevo estilo de vida enfocado a la salud y al cuidado físico puede ser la solución al problema de la obesidad?
- ❖ ¿Cuál es la manera más fácil de consumir las frutas para obtener los nutrientes que requiere el organismo?

5. JUSTIFICACIÓN

EL emprendimiento cada día toma más fuerza en nuestro país, se confirma con cifras y estudios que la tasa de emprendimiento en el Ecuador es alta en comparación con otros países del mundo, el cual esto motiva a las personas a mejorar sus ingresos o mantenerlos. Según el Monitor Global de Emprendimiento-GEM, Ecuador 2010, realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral - ESPOL, a través de la Escuela de Postgrado de Administración de Empresas - ESPAE. Nos revela que es el séptimo país más emprendedor del mundo, entre los 59 países que participan en el GEM.

La investigación demuestra que los emprendedores ecuatorianos que buscan oportunidades de mercado doblan a aquellos que emprenden por necesidad; de este segmento, más de la mitad busca mayor independencia y el incremento de ingresos. Los nuevos negocios nacen en el sector de servicios al consumidor con un 70% y se enfocan principalmente en el mercado doméstico, mientras que 12% se direccionan a la producción. Según cifras establecidas por el GEM, Ecuador 2009.

El entorno influye de manera determinante en las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores. Por ello, los tres actores claves llamados a garantizar el desarrollo de un clima propicio para el emprendimiento son: Estado, empresa privada y academia. El Estado, está llamado a generar confianza a través de un marco de estabilidad que invite a la inversión, facilite la investigación y la transferencia de tecnología y la generación de espacios seguros en que los emprendedores puedan hallar capitales semilla e inversionistas ángeles.

La iniciativa Emprende Ecuador, del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, otorga apoyo, orientación y guía a los emprendedores ecuatorianos. La academia incentiva el espíritu emprendedor desde las aulas, con capacitación técnica a través de los programas de estudio.

El tema de creación de empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas en la provincia de Santa Elena ha sido considerado en el presente trabajo para emprender con nuevas ideas de negocio que permitirá el desarrollo de la economía local, generando más empleo que conlleve a la producción agrícola de los campos.

Como la provincia de Santa Elena es caracterizada como una zona semi-desértica pero con un potencial agrícola extraordinario a lo largo de todo el año, especialmente en cultivos no tradicionales de exportación, como frutales y hortalizas, se puede contribuir con su progreso creando nuevas expectativas de

negocios ya que sus mercados tradicionales se abastecen de frutas frescas a través de proveedores que transportan desde la sierra. Esto permitiría que se aprovechen los cultivos y las frutas transportadas en la región para que las empresas puedan elaborar alternativas de procesamiento, aprovechando así de las maravillosas y exquisitas frutas producidas en el Ecuador.

No hay ningún alimento más aconsejable que la ingesta de frutas frescas al natural madura y de temporada. Son componentes esenciales de una dieta saludable y un consumo diario suficiente podría contribuir a la prevención de enfermedades importantes, como las cardiovasculares y algunos cánceres. En general, se calcula que cada año podrían salvarse 1,7 millones de vidas si se aumentara lo suficiente el consumo de frutas y verduras. La Organización Mundial de la Salud –OMS, 2002. Las frutas aportan fibra y contiene casi un 95% de agua, por lo que tienen cualidades depurativas, laxantes y diuréticas. Producen, en promedio, solo 12 calorías por cada 100 gramos, convirtiéndose en fuertes aliadas para el control de peso. También poseen vitamina C, E y del grupo B, combinación altamente antioxidante. La forma más natural y saludable de suministrar vitaminas es consumiendo frutas frescas o recién exprimidas, sus distintas formas de prepararlas hacen de ellas productos de gran aceptación por parte de los consumidores.

En el presente trabajo se aplicarán las técnicas de investigación, fuentes primarias que suministren información adecuada, como las encuestas personalizadas a profesionales, estudiantes, trabajadores y personas que viven en la Provincia de Santa Elena, nos permitirá analizar los consumo, precios, gustos y preferencias, de las frutas sobre todo a medir el grado de aceptación de la creación de una empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas. Además se utilizarán entrevistas a proveedores y productores de frutas en la provincia de Santa Elena, para conocer y obtener información relevante para nuestra investigación. Del mismo modo se recurrirá a fuentes secundarias para obtener información existente

como a bibliotecas, periódicos, páginas web y otros materiales documentales, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios, etc.

Se justifica este proyecto por la insatisfacción de muchas necesidades que existen en la provincia de poder adquirir productos saludables y nutritivos. Contribuyendo asimismo a una alimentación más balanceada que les proporcionen todos los nutrientes que se necesitan para las duras jornadas de estudios y de trabajo en las personas. La creación de una empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas en la Provincia de Santa Elena permitirá ofrecer a los consumidores un producto 100% natural sin colorantes ni conservadores, la cual no está siendo producida actualmente en la provincia.

Los productos sustitutos existentes no presentan las características de nutrición, frescura, calidad, sabor y presentación que pueden ofrecer los productos saludables. Las bebidas y ensaladas de frutas son productos que actúan como sustitutos a la comida rápida chatarra, porque se presentan como una nueva opción alimenticia saludable para aquellas personas que desean cambiar sus hábitos alimenticios. Se debe aprovechar el apoyo generado por el estado en cuanto a sus fuentes de financiamiento para el desarrollo de nuevos emprendedores a través de créditos para la ejecución de proyectos.

Con la iniciativa empresarial se puede conseguir a que los agricultores puedan ser motivados a sembrar cantidades de frutas que serían comprados mediante contratos agrícolas garantizando el abastecimiento necesario para la elaboración de bebidas y ensaladas de frutas. Al mismo tiempo este proyecto ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes a través de la implementación de la empresa, permitiendo generar más fuentes de trabajo e ingresos para las familias de la provincia.

6. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa alimenticia con la aplicación de herramientas adecuadas de investigación para elaborar productos a base de frutas para las familias en la provincia de Santa Elena, año 2013.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Argumentar fundamentos teóricos que vayan acorde a la creación de una empresa recaudando datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, considerando el estudio de diferentes autores.
- Desarrollar un estudio de mercado que identifique las características de la demanda, precio y localización para la implementación de una empresa de producción.
- Determinar la situación actual de la demanda mediante un previo análisis de los resultados de la información obtenida para la ejecución de la propuesta.
- Realizar un estudio técnico, administrativo y legal, que debe darse a la empresa para su estructura, capacidad, tamaño, y procesos necesarios para el establecimiento formal.
- Ejecutar técnicas de investigación primaria para identificar productores y proveedores de frutas.

- Determinar los recursos tecnológicos, financieros y humanos necesarios para la producción óptima de bebidas y porciones de frutas.

7. HIPÓTESIS

Con la creación de una empresa alimenticia permitirá la elaboración de productos a base de frutas para las familias en la provincia de Santa Elena, año 2013.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Creación de empresa alimenticia

VARIABLE DEPENDIENTE:

Obtención de productos a base de frutas para las familias en la provincia de Santa Elena.

**CUADRO N° 1
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
VARIABLE INDEPENDIENTE**

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS
CREAR EMPRESA ALIMENTICIA	<p>Crear un organismo que está conformado por un conjunto de recursos y la aplicación de elementos técnicos que permiten identificar las necesidades insatisfechas de productos o servicios que los consumidores requieren a la hora de alimentarse.</p>	<p>Conjunto de recursos</p> <p>Elementos técnicos</p> <p>Necesidades insatisfechas del sector alimenticio</p>	<p>Organizacional Humano Tecnológico Infraestructura</p> <p>Estudio de mercado Estudio financiero</p> <p>Lugares adecuados y agradables Higiene Valor agregado Alimentos sanos y nutritivos</p>	<p>¿Dónde observa mejor atención, en una microempresa o en una gran empresa?</p> <p>¿Qué tipo de estructura es la más idónea para una organización?</p> <p>¿Qué perfil debe reunir el personal que tiene contacto directo con el cliente?</p> <p>¿Es importante para un negocio contar con una tecnología adecuada?</p> <p>¿Cómo le gustaría el ambiente del local?</p> <p>¿Quiénes serán mis clientes?</p> <p>¿Desde su punto de vista, las instituciones financieras brindan respaldo a los microempresarios?</p> <p>¿Cree usted que es de importancia tomar en cuenta la calidad a la hora de elaborar un producto u ofrecer un servicio?</p> <p>¿Qué impacto provocará en los habitantes de la provincia de Santa Elena, la creación de un nuevo establecimiento que ofrece algo diferente?</p> <p>¿Qué complementos considera usted, a la hora de consumir alimentos?</p>

Elaborado por: Lissette Carreño

**CUADRO N° 2
VARIABLE DEPENDIENTE**

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS
<p>PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS PARA LAS FAMILIAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.</p>	<p>Proceso de transformación que sufren las frutas para la obtención de un nuevo producto con ciertas características que satisfagan las necesidades y exigencias de los clientes.</p>	<p>Proceso de Transformación. Productos. Necesidades</p>	<p>Artesanal Industrial Jugos Porciones Ensaladas Salud Nutrición</p>	<p>¿Para la atención en un negocio de alimentos, cuál es el número adecuado de trabajadores? ¿Para obtener un producto de calidad cual es el personal calificado que necesita la empresa? ¿Qué lugar es el adecuado para ubicar una empresa alimenticia a base de frutas? ¿Qué tipo de alimentos consume con mayor frecuencia? ¿Cuáles serán las preferencias del consumidor? ¿Cuáles serán las frutas de mayor demanda en la Provincia de Santa Elena? ¿Cómo debo influir en las personas para cambiar sus hábitos alimenticios? ¿Qué productos de deben crear para satisfacer las necesidades del cliente? ¿Qué características principales se deben considerar en las frutas? ¿Qué servicio adicional requiere el cliente?</p>

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. GENERALIDADES

El proyecto nace de la necesidad en la Provincia de Santa Elena, las personas que trabajan y estudian no tiene el tiempo suficiente de preparar productos saludables, recurren a comprar alimentos que ofrecen la cadenas de fast food y otro establecimiento de comida rápida motivos por el cual no les permite tener una alimentación debidamente sana, y no existen en el mercado alternativas saludables para el consumo de alimentos que contengan los requerimientos necesario.

Delicious Fruit es una empresa que se creara para los usuarios preocupados por el bienestar físico y mental, para satisfacer las necesidades del consumidor se brindará el servicios de venta express y promociones como los martes 2x1. Los productos son un concepto en comida rápida con un estilo saludable y 100% natural que ayuda a brindar opciones alimenticias para las personas que buscan mejorar su salud.

Ofertar productos deliciosos y saludables es una forma innovadora, que se mantendrá en el mercado no solo por competir si no por sus productos innovadores. Delicious Fruit cuenta con una amplia gama de bebidas (antioxidante, desintoxicantes), batidos (energizantes), y porciones de frutas, elaborados al momento y que serán 100% naturales y frescos.

1.2. ANTECEDENTES DEL TEMA

Durán Ramírez F, 2010. El emprendedor Identifica factores claves de éxitos, obedeciendo al tipo de producto a elaborar o servicio que desea prestar, los cuales permitirán establecer el orden de la prioridad y definir los procesos y procedimientos a seguir. Pág. # 24.

- **LA POTENCIA DE UNA IDEA.** Es el deseo, la pasión, la evaluación profunda de las habilidades para determinar qué es lo que se desea hacer.
- **DESEO DELAEMPRESA.** Es el motor que lleva hacia la creación de la empresa. La fuerza que conduce hacia el objetivo y que no permitirá descansar hasta alcanzarlo.
- **FÉ EN EL LA EMPRESA.** Es la fuerza mental que permite creer con certeza que lo que se está emprendiendo es lo mejor.
- **FLEXIBILIDAD Y CREATIVIDAD.** Es la forma de percibir el entorno y cómo actuar frente a él, es la herramienta fundamental de la creatividad.
- **VALOR.** Es la capacidad espiritual para arriesgar sin temor en la empresa.

1.3.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1. EMPRESA

Durán Ramírez F, 2010. Es la unión de los recursos humanos, materiales y capital de trabajo, con el fin de desarrollar una actividad económica, cuyo objetivo principal es la obtención de utilidades a través de la producción de un bien o servicio. Pág. #55.

CAPITAL

Es el dinero con el cual se puede iniciar una empresa o continuar con las operaciones según la actividad económica a desarrollar.

TRABAJO

El trabajo o recurso humano, hace referencia a todas las personas que intervienen para la puesta en marcha de un empresa y su funcionamiento, quienes dirigen, ejecutan todos los procesos que intervienen en la producción de bienes y servicios y controlan estos procesos para darle un uso adecuado.

RECURSOS MATERIALES

Lo conforman las instalaciones donde se va a desarrollar la actividad económica, los equipos de trabajo, la maquinaria y las materias primas.

1.2.1. EMPRESAS EN ECUADOR

Del Valle Manuel, año 2005. Para crecer a tasas más aceleradas es imperativo innovar, producir más con los mismos recursos y fabricar productos de mayor valor agregado y de un nivel más elevado de sofisticación. Los emprendedores son aquellos que juegan un papel esencial en la introducción de las innovaciones, cambiando las formas de competir para crear un entorno más favorable.

Los países Latinoamericanos presentan, de acuerdo con algunos estudios, una alta tasa de actividad emprendedora. Todos los países del mundo, en especial los que están en vía de desarrollo, tienen como objetivo facilitar la creación de empresas y ello se hace por varios poderosos motivos, siendo uno de los principales la creación de empleo.

Barreno Luis, año 2012. El análisis y desarrollo de un país está ligado al crecimiento de las actividades productivas de bienes y servicios realizadas por las unidades productivas o empresas tanto de naturaleza jurídica como de personas naturales. Pág. #14.

Actualmente en nuestro país no cuenta con un registro de empresas que consideren las propiedades alimenticias de cada fruta para ofrecer un producto saludable, la carencia de estos tipos de empresas han permitido que las grandes cadenas de comida rápida como Carl's Junior, Burger king, Pizza Hut, KFC logren tener mayor prevalencia en las ciudades.

De acuerdo a datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, año 2010, en la provincia de Santa Elena existe una diversidad de negocios que mucho de ellos se dedican a la producción y venta de comidas rápidas, de los cuales el 63% se encuentran en el cantón La Libertad, el 21% en el cantón Santa Elena y el 16% en el cantón Salinas. La provincia cuenta con un mercado amplio y potencial para la introducción de negocios para el cuidado de la salud, como son los gimnasios, hospitales, farmacias y productos multivitamínicos. Una zona clave para la introducción de estos negocios nuevos está en el corazón comercial de la provincia, considerado al cantón La Libertad.

El cantón mencionado cuenta con una posición geográfica estratégica para la realización de negocios, debido a que es un centro de acopio para la industria turística de la península, principalmente de alimentos hoteles, tiendas y restaurantes. El comercio representa la vida de este cantón, su movimiento es fluido todo el año razón por el cual la actividad turística está siendo potencializada hacia actividades de entretenimiento y diversión, por lo que su municipio espera surjan iniciativas privadas de inversión. Es por esta razón que La Libertad ha sido la cuna de importantes empresas exitosas y únicas, entre las cuales se encuentra el Paseo Shopping La Península, Marcimex, Tiendas Industriales y Asociados (TIA), supermercados AKI, entre otros, reconocidas en el Ecuador y el mundo.

1.4. PROCESO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS

La organización es considerada una red de interrelaciones humanas interdependientes donde la comunicación determina de manera esencial la calidad y efectividad de dichas relaciones e interdependencias así como su productividad. Se debe establecer una estructura que especifique la manera en la que se dividirán, agruparán y coordinarán explícitamente las tareas de trabajo.

- **Planear:** Según Bateman Thomas, año 2009. Es definir las metas que se perseguirán y anticiparán que acciones serán las adecuadas para alcanzarlas. Pág. #19. Las funciones para influir en el futuro adoptando acciones predeterminadas y lógicas en el presente, por lo que representa la esencia de una operación efectiva. Determinando los objetivos, metas generales y particulares para cada área, preparar métodos, estrategias, políticas y procedimientos, formulación de programas y presupuestos que contribuyan a alcanzar los objetivos y metas trazadas a corto y largo plazos.
- **Organizar:** Bateman Thomas, año 2009. Establece que es la unión y la coordinación de los recursos humanos, financieros, físicos de información y otros necesarios para la consecución de las metas. Pág. # 20. Los medios para que el personal trabaje en forma unida y efectiva en el logro de los objetivos generales y específicos de la empresa. La organización conllevará una estructura que integra las diversas funciones de la empresa, de acuerdo con un modelo que sugiere orden, arreglo y relación armónica.
- **Direccionar:** Bateman Thomas, año 2009. Es la estimulación de las personas a desempeñarse mejor. Incluye la motivación y la comunicación con empleados y la guía e inspiración hacia metas de equipo y de la organización. Pág. #20. Impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo que integran la empresa, con el fin de que las actividades en conjunto se lleven a cabo conforme a los planes establecidos.

Comprendidas en las siguientes etapas:

Autoridad. Se delegarán responsabilidades para ejercer las acciones durante el desarrollo de las actividades y búsqueda de los objetivos y metas planeadas.

Comunicación. Se establecerán canales de comunicación para que fluya hacia el interior y exterior de la empresa.

Supervisión. Verificar que las actividades se lleven a cabo conforme se planeó y se ordenó.

- **Control:** Bateman Thomas, año 2009. Establece que es el monitoreo del desempeño y la implementación de los cambios necesarios. Pág. #20. Contribuye a asegurar el alcance de los objetivos en los plazos establecidos y con los recursos planeados, proporcionando a la empresa la medida de la desviación que los resultados puedan tener respecto a lo planeado. El proceso de control consta de cuatro pasos básicos:

1. Señalar niveles medios de cumplimiento; estableciendo niveles aceptables de producción de los trabajadores, como cuotas mensuales de producción para los operarios.
2. Verificar el desempeño a intervalos regulares (día, semana, mes).
3. Determinar si existe alguna variación de los niveles medios reales respecto a los establecidos.
4. Tomar medidas correctivas, como entrenamiento o mayor instrucción. De existir variación, se debe continuar con la actividad.

1.5. PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS

Las preparaciones a base de frutas que se consideran de mayor relevancia en el mercado son:

- Jugos de frutas y concentrados: Los jugos de frutas pueden referirse a jugo de fruta 100% puro, néctar de fruta (25-50% fruta), concentrados (el contenido de agua se evapora del jugo de fruta con cierta temperatura).
- Frutas en almíbar: se consideran frutas conservadas, pueden comercializarse en diferentes tipos de envases, como ser: lata, vidrio, plástico.
- Frutas congeladas: También son frutas conservadas, pero sin la adición de azúcares. El proceso de congelamiento permite preservar la fruta en su estado natural, razón por la cual es un producto altamente demandado y que ha ganado popularidad.
- Frutas secas: Es otro tipo de conservación, sin embargo para evitar el desarrollo de microorganismos durante el proceso de evaporación del agua, es necesario agregar muchas veces preservantes y azúcares. Las frutas secas son consumidas como aperitivos o snacks.
- Jaleas y mermeladas: Son productos más elaborados, ya que requieren de cocción y adición de azúcar.
- Pastas y purés: Se consideran más saludables que las jaleas y mermeladas por su menor contenido de azúcares, en muchos países son consumidos como postre.

1.5. PRODUCCIÓN DE FRUTAS EN EL ECUADOR

Ecuador es un país situado en la parte noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico, posee una superficie de 256.370 km² y una población de 308.693 habitantes según datos establecidos por el INEC sobre el último censo realizado en el 2010, tiene cuatro zonas geográficas caracterizadas por su alta diversidad biológica y ecológica. En la zona de valles costeros del océano Pacífico se desarrolla la agricultura empresarial y de exportaciones. El centro comercial y de servicios es Guayaquil, la ciudad con mayor población de Ecuador y su principal puerto especializado en los servicios de importación. En la región andina, con altas montañas y valles interandinos, se desarrolla la agricultura en pequeña escala; es una región con una gran dinámica comercial y de servicios, donde se ubican los principales centros comerciales de Quito, Cuenca y Ambato las otras dos regiones son los bosques húmedos tropicales del Amazonas y la región Insular, la primera es rica en recursos no renovables tales como el petróleo, principal actividad económica del país desde los años setenta. En la segunda se encuentran las Islas Galápagos región reconocida mundialmente por sus riquezas biológicas y ecológicas que reporta al país significativos recursos por la actividad turística que genera.

La agricultura en el Ecuador ha sido practicada desde los inicios de la humanidad, se han realizado modificaciones en la agricultura a través del tiempo; cambios en la adaptación de factores naturales como también en situaciones de sistemas económicos y políticos. En la actualidad se distinguen dos tipos de producción en la agricultura: como modo de vida la concepción más tradicional y la condición de ganarse la vida con un punto de vista mucho más económico. Es un país fundamentalmente agrícola, el 82% de la población se concentró en la Sierra. La forma productiva fue la hacienda tradicional con características semif feudales, concentración de distribución de tierras, orientando la producción hacia la demanda para el consumo interno y con un alto grado de autoconsumo.

En la costa la hacienda tomó la forma de plantación y la producción de los cultivos tropicales se orientó a los mercados externos, los principales productores de alimentos básicos son los campesinos con pequeñas propiedades. En la Reforma Agraria de 1964 inició cambios estructurales en el uso de la tierra, para el balance de diferentes cultivos y la aplicación de tecnologías para la modernización del campo. Las diferentes regiones naturales en nuestro país se distinguen por la presencia de cultivos de acuerdo al clima y tipo de suelo que poseen, se determinan cultivos permanentes los que se mantienen con más de diez años de producción continua, los transitorios o de ciclo corto son los que la vida de la planta termina igual con la cosecha del fruto. En los últimos años se ha desarrollado la agricultura no tradicional que se utiliza especialmente para la exportación; entre estos productos se encuentran las flores y frutas tropicales, entre otros.

La producción de frutas en el Ecuador está claramente diferenciada por las zonas agroecológicas, la tecnología utilizada y el destino de la producción. Aquellos cultivos destinados al mercado interno, como papa, frijoles y hortalizas, son producidos en zonas de economía campesina ubicadas en las tierras altas andinas, mientras que los productos de exportación como banano, cacao y café, se producen en las zonas ubicadas en la Costa con sistema de agricultura moderna, la industria de alimentos está ubicada, principalmente, en las dos ciudades más importantes de Ecuador, Quito y Guayaquil, y los productos se destinan al mercado interno.

Los cultivos de frutas representan cerca del 30% del área total cultivada en el país, es decir 818 mil hectáreas en términos absolutos. Las importaciones representan volúmenes muy bajos en comparación con la producción interna, para el cálculo del índice de competencia se considera la relación entre la producción y el consumo aparente, proporcionando resultados en que el consumo interno se atiende fundamentalmente con la producción interna, la riqueza de climas y ecosistemas que posee Ecuador le permite prácticamente abastecerse.

Ecuador exportó en el año 2000 alrededor de 4,2 millones de toneladas de frutas frescas por valor de US\$ 843 millones de dólares, dirigidas en su mayor parte a los mercados de Estados Unidos 33%, Italia 13% y Alemania 8%. El 98.2% de las exportaciones corresponden a bananos y plátanos. Las demás frutas exportables, que representan menos del 2% de las exportaciones totales de frutas frescas, tuvieron un comportamiento más dinámico, en especial mangos, limones, mandarinas, frutas exóticas y tropicales. En el año 2000 Colombia importó de Ecuador cerca de 147 mil toneladas de frutas, específicamente, plátano, mango, papaya, limones, granadilla, maracuyá, aguacate, mandarinas, banano bocadillo, ciruelas y otras frutas no especificadas. El 74% del volumen importado correspondió a plátano, importaciones que muestran un crecimiento sostenido 18.3% anual promedio, siendo además Ecuador el único país abastecedor de este tipo de frutas. La distribución y comercialización de alimentos en los mercados minoristas es pequeño, tanto por la población como por los volúmenes que se manejan, la red de distribuidores está conformada por diferentes empresas comercializadoras: las cadenas de supermercados y comisariatos, que comercializan alrededor del 35% de los alimentos, los mercados mayoristas 35%, los almacenes tradicionales de conveniencia 20%, las tiendas minoristas y los mercados de las gasolineras o mini mercados.

1.7. LAS FRUTAS

Bautista Luis, año 2010. La palabra fruta proviene del latín frutus, que significa fruto, vitalidad, provecho. El uso de la fruta con fines medicinales no es nuevo. En la antigua Grecia, Hipócrates en los siglos 460 a 377 A.C. empleaba el jugo de la granada para curar diferentes enfermedades e inclusive decía “que tu alimento sea tu medicina, y tu medicina tu alimento”. Pág. #5.

1.7.1. PROPIEDADES DE LAS FRUTAS

AGUACATE

Fruto concentrado, con gran capacidad nutritiva y calórica. El aguacate es uno de los frutos ricos en grasas. Es uno de los frutos frescos más ricos en proteínas. Contiene un alto contenido de hierro, aminoácidos, vitamina E, importante porque favorece las funciones reproductoras, por ser un potente antioxidante, protege contra el cáncer y contra el envejecimiento.

BANANO, PLATANO

Es destacado por su riqueza en hidratos de carbono, almidón, en azúcares como la sacarosa, glucosa y fructosa. Contiene cantidades bajas de proteínas y grasas, es rico B6, contiene cantidades significativas de vitaminas C, B1 (vitamina), B2 y E. Rico en minerales, entre lo que destacan potasio, hierro y magnesio.

FRESAS

Su contenido en proteínas, grasas y sodio es muy bajo. Los nutrientes más importantes de esta fruta son los azúcares, la vitamina C, folatos, potasio y el hierro. Actúan como poderosos antioxidantes, además de reducir la síntesis de colesterol en el hígado. Posee vitaminas C y E, potasio magnesio, biotina, Vitaminas A, B1, B2, niacina, B6 folatos, calcio, fósforo, hierro.

KIWI

Contiene una cantidad moderada de hidratos de carbono en forma de azúcares. Es rico en vitaminas C, E, minerales potasio, magnesio y hierro y contiene cantidades apreciables de vitaminas B1, B2, niacina B y A. Contiene una cantidad de folatos próximos a la del huevo y superior a la de la carne. El kiwi supera a la mayoría de las frutas en contenido de fibras.

LIMÓN

Contiene vitamina C en cantidad similar a la naranja. Su porcentaje de grasa y proteínas es muy bajo. Los componentes del limón son los elementos fitoquímicos, que son sustancias carentes de calorías, que no constituyen ni vitaminas ni sales minerales, por lo que no se la puede calificar como nutrientes, pertenece al grupo de las frutas antioxidantes. Contiene ácidos orgánicos, cítrico, málico acético y fórmico los cuales potencian la acción del ácido ascórbico o vitamina C, y tiene un alto efecto antiséptico.

POMELO- TORONJA

La pulpa contiene una cantidad moderada de hidratos de carbono y pocas proteínas y lípidos; entre sus vitaminas se destacan la C. Ejerce una acción protectora sobre las paredes de las arterias. Evita el depósito de colesterol y su posterior calcificación, conocida arterioesclerosis.

UVA

Se destacan dos tipos nutrientes: los azúcares (celulosa y fructuosa), las vitaminas del complejo B, aporta proteínas y grasas. Desde el punto de vista químico los monosacáridos o azúcares simples pasan directamente a la sangre sin necesidad de ser ingeridos. Contiene vitaminas B6, B1, B2, B3 o niacina están presentes en cantidades superiores a la mayoría de las frutas frescas.

MANZANA

Posee hidratos de carbono en forma de azúcares, su mayor parte fructuosa contiene pequeñas cantidades de proteínas y grasa. Entre las vitaminas se hallan presentes la C y la E, entre los minerales el potasio y hierro. La mayor parte de fibra de la manzana está formada por pectina que retiene agua y diversas sustancias de desecho que facilitan la eliminación de las toxinas. Actúa como regulador de la liberación de azúcares. La manzana regula el funcionamiento del intestino y eccemas crónicas de la piel causada por el estreñimiento.

DURAZNO-MELOCOTÓN

Contiene una combinación equilibrada de provitamina A (betacaroteno), vitaminas del grupo B, vitaminas C, E, potasio, magnesio, y fibra vegetal, no contiene sodio y grasa. La composición del melocotón es una fórmula adecuada para la buena salud del corazón. Las vitaminas A, C y E son los mejores antioxidantes de la naturaleza.

MELÓN

Contiene menos cantidad de azúcar que otras frutas, muy poca grasa, aporta con su agua una buena cantidad de minerales y vitaminas A, B6, B1, C y E y los folatos, y cantidades pequeñas de las restantes vitaminas (a excepción de la B12). Entre otras contiene calcio fósforo, hierro magnesio, potasio. El melón es hidratante, remineralizante, alcalinizante, diurético y laxante.

NARANJA

Fuente de vitaminas C, y elementos fitoquímicos que potencian y complementan la acción de esta vitamina sobre el organismo. Contiene azúcares en baja cantidad sacarosa, dextrosa y levulosa. Entre los minerales se encuentran el potasio, calcio, hierro y magnesio. Se hallan presentes los ácidos orgánicos, especialmente el cítrico, que potencia la acción de la vitamina C y facilita la eliminación de residuos tóxicos del organismo tales como el ácido úrico.

MANGO

Constituye una buena fuente de vitamina C, ácidos cítrico y elágico, flavonoides y folatos, minerales como el potasio, el magnesio y el calcio. Es desinfectante del organismo y de la sangre. Esta vitamina interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y brinda resistencia a la infecciones. El ácido fólico interviene en la producción de glóbulos rojos y blancos, y en la formación de anticuerpos del sistema inmunológico.

PIÑA

Contiene fibra, vitaminas A, C, B1, B2, B6, E niacina, flatos, calcio, fósforo, magnesio, hierro, potasio. Está indicada en las dietas de colon inflamado, es un laxante muy suave, evita los refriados. Es también una fuente de folatos.

SANDIA

Contiene vitamina C, folatos, hierro y potasio, algo más de betacaroteno (provitamina A), vitaminas B1 y B6. Su contenido de agua es de aproximadamente 95%. Actúa como antioxidante y como factor protector del cáncer y de próstata. Hidratante, remineralizante, alcalinizante, diurético y laxante.

PAPAYA

Contiene un 88,8% de agua su contenido de nutrientes energéticos es más bien reducido, tanto en hidratos de carbono como en proteínas y grasas. La mayor parte de sus hidratos de carbono está formada por los azúcares, sacarosa, glucosa y fructosa. Contiene vitaminas A y las del grupo B también están presentes, en pequeñas cantidades, excepto los folatos.

PERA

Contiene cobre, hierro, manganeso, yodo, arsénico, silicio, cloro, ácido málico y cítrico, boro, hidratos de carbono. No contiene gran cantidad de vitaminas, pero sí oligoelementos, carbohidratos tanino y pectina.

MORA

Contiene licopeno, es rica en minerales y vitaminas entre estas A y C ácido cítrico, potasio, calcio y fósforo. Tiene funciones de inhibición de coagulación de sangre. Es útil para prevenir enfermedades infecciosas en la piel, Entre sus cualidades están el aportar sustancias benéficas en el proceso metabólico por si bajo contenido en calorías.

1.8. CONSUMO DE FRUTAS EN EL PAÍS

En buena parte del territorio ecuatoriano se mantiene el predominio de la economía informal, sobre todo en las zonas rurales. Ecuador cuenta con dos grandes cadenas de supermercados, Mi Comisariato (22 almacenes), que disponen de modernas instalaciones para autoservicio y una gran variedad de productos nacionales e importados y que se encuentran en las principales ciudades del país. Los comisariatos son controlados por entidades gubernamentales y ofrecen una mayor cantidad de productos nacionales, que compran directamente a los productores. Alrededor del 30% de los ecuatorianos compra frutas, vegetales, carne y procesados en los supermercados y en las tiendas. El 60% del volumen de alimentos de primera necesidad es manejado a través de los mercados mayoristas y por un gran número de almacenes de conveniencia. Además de los mercados mayoristas de Quito (Iñaquito y Santa Clara) y de Guayaquil (La Bahía), también se encuentran en las ciudades de Santo Domingo y Machala. Los almacenes de conveniencia comercializan pequeñas cantidades y ofrecen crédito a los compradores, atendiendo a la población de menores ingresos.

Sin embargo, los precios por unidad son más altos que los que ofrecen los comisariatos, razón por la cual muchos consumidores han ido cambiando el lugar de compra de los alimentos. El lugar de compra de los alimentos está claramente diferenciado por los ingresos. Mientras los hogares de ingresos altos prefieren comprarlos en los supermercados 70% y en tiendas y restaurantes 30%, el estrato medio recurre a los comisariatos o supermercados 60% y, eventualmente, a las tiendas minoristas de sus barrios.

El segmento de bajos ingresos compra preferencialmente en las tiendas de barrios y en los mercados mayoristas y almacenes minoristas. Algunos segmentos eventualmente compran en los establecimientos de conveniencia y en los mini mercados. El tamaño de la industria de alimentos fue de US 2,4 mil millones

1.9. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.9.1. TIPOS DE EMPRESAS Y LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA ECUATORIANA

Los principales formatos que establece la legislación ecuatoriana para los tipos de empresas que pueden llevar a cabo negocios en el mencionado país son:

Corporaciones o Sociedades Anónimas,
Compañías de Responsabilidad Limitada,
Compañía Holding o tenedora de acciones,
Compañía en Nombre Colectivo,
Compañía en Comandita Simple,
Compañías de Economía Mixta, y
Sucursales de Corporaciones Extranjeras.

CORPORACIONES O SOCIEDADES ANÓNIMAS:

La Sociedad Anónima es una compañía que tiene el capital total dividido en acciones, las que pueden ser negociadas públicamente. Se requiere un mínimo de dos accionistas para dividir el capital accionario, a no ser que la compañía pertenezca en parte a una organización gubernamental y/o sea prestadora de algún servicio público, en donde es permitida la existencia de un único accionista. La responsabilidad de los accionistas se restringe exclusivamente a la propiedad de sus acciones. Para proceder a la aprobación e inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil de Ecuador, se requiere de una presentación previa de la constitución de la corporación, sus estatutos y escrituras ante la Superintendencia de Compañías o de Bancos. El capital mínimo exigido para la constitución de la sociedad es de US\$ 800 en dinero o especies, con el 100% suscrito y a lo menos el 25% pagado al momento de su formación.

1.9.2. TIPO DE EMPRESA

Según la actividad que desarrollará la organización será de producción, porque la materia prima tendrá un proceso de transformación para obtener un producto final.

LAS EMPRESAS SEGÚN SU CAPITAL

Será una empresa privada y donde sus socios deberán ser personas naturales que no tengan ninguna vinculación con el Estado y se someterá a las leyes que le corresponda, pero que en sí se tomará las decisiones explícitamente por cada uno de los socios que la conforman.

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO

Para la empresa se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

1.9.3. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

1.9.4. PATENTE MUNICIPAL

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

PATENTE PERSONAS NATURALES

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

1.9.5. PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO

Es un documento emitido por la administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud.

Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos. Dado por sobre todo para aquellos negocios en los cuales se congreguen número considerable de personas, como centros comerciales, restaurantes, hoteles, etc.

Se debe adjuntar:

- Copia del R.U.C. donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura de compra o recarga del extintor. La capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
- Copia de la cédula y papeleta de votación.

1.9.6 REGISTRO SANITARIO

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos.

Requieren Registro Sanitario: “Los alimentos procesados y aditivos alimenticios, productos naturales procesados que expendan al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas”.

TRAMITE PREVIO PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO:

- a. Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control y calidad; y,
- b. Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesada.

TRAMITE PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO SANITARIO:

Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias, que contiene lo siguiente:

- Nombre o razón social del solicitante;
- Nombre completo del producto;
- Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono);
- Lista de ingredientes utilizados (incluyendo ingrediente). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas;

- Número de lote;
- Fecha de elaboración;
- Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad a la norma INEN de rotulado;
- Condiciones de conservación;
- Tiempo máximo para el consumo; y,
- Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud.

Como la empresa es una pequeña industria el costo para obtener el registro sanitario es de \$ 213.04; con una duración de diez años desde su expedición.

1.9.7. OBLIGACIÓN DE REGISTRO Y AFILIACIÓN

Toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo, deberá registrarse y obtener la Licencia Única anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo y su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual no podrá operar. Art. 46 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

LICENCIA ANUAL: “Toda persona natural o jurídica que preste servicios turísticos deberá renovar anualmente la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el Ministerio de Turismo y en el INEFAN en las áreas naturales” (Art. 48 de la Ley. Los cobros para el Registro y Permiso de Funcionamiento lo extienden los Municipios de cada sector).

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- a) Solicitud de Registro (sin costo)
- b) Copia del RUC, Cédula de Identidad y papeleta de votación;
- c) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato;
- d) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia);
- e) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón social.

1.10. MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

Santa Elena es una provincia de la costa del Ecuador la más joven de las 24 actuales, fue creada el 7 de noviembre del 2007 mediante Registro Oficial # 206. Tiene una superficie de 3,762.8 kilómetros cuadrados y con una población residente de 308.693 habitantes, su capital es la ciudad de Santa Elena. Creada como unidad territorial, política y administrativa. En esta provincia se encuentra una gran infraestructura hotelera, una refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo, es muy conocida a nivel internacional por las playas de Salinas y Montañita. Según su entorno sociocultural los habitantes de la provincia de Santa Elena tienen por cultura celebrar fiestas tradicionales. Ver cuadro #59.

Su ubicación geográfica comprende al norte la provincia de Manabí, Guayas al este y sur, y el Océano Pacífico al oeste, Ballenita, Manglaralto, Montañita, Ancón, Anconcito, Punta Blanca, Colonche, Olón, Ayangue, Chanduy, Palmar, entre otros. Se caracteriza por ser una zona semi-desértica pero con un potencial agrícola, en la zona de Chongón, Cerecita, Azúcar, Rio Verde se incentivan

cultivos como: mango, limón, tomate, guayaba, melón, plátano, piña, coco, maracuyá, guanábana, papaya, pepinillo, sandía y uva de mesa. Su capital es la importante ciudad de su mismo nombre, la misma que ha logrado un importante desarrollo comercial debido al trabajo de sus habitantes y a que por ella cruzan las carreteras que conducen a las diferentes poblaciones de la costa. Consta de tres municipios: Santa Elena, Salinas y La Libertad.

El Cantón Santa Elena cuenta con una infraestructura vacacional y una rica variedad de atractivos turísticos arqueológicos, históricos, naturales, culturales, extensas playas y pintorescos pueblos de pescadores. Su territorio tiene una extensión de 3.669 km² y su población llega a 144.076 habitantes, la mayor parte de su región es una zona rural, constituida por recintos y comunas como: Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto, Simón Bolívar, en donde se desarrolla la más variedad gama de actividades productivas. En este cantón se perforó el primer pozo petrolero del Ecuador en 1914 la compañía Anglo Ecuatoriano, de origen inglés.

El Cantón Salinas está ubicado en el extremo occidental de la provincia, a 142 km de Guayaquil. Tiene un área de 97 km², con una población de 68.675 habitantes, 40.000 viven en el área urbana y 28.000 personas están en la zona rural. En Salinas se encuentra la más grande de las infraestructuras hoteleras dedicadas al turismo de la provincia y una de las más grandes del Ecuador.

La Libertad está limitada al norte desde el término del carretero que une la Represa Velasco Ibarra con el sitio Punta Suche, al este el Estero Murciélago, al sur los ríos Hondo y Pinargoti, al oeste Punta de Suche en la Bahía de Santa Elena, fue promulgada como cantón mediante Registro Oficial No. 168 el 14 de Abril de 1993 en el gobierno de Sixto Duran Ballén, cuenta con un área de 25,6 kilómetros cuadrados y 95.942 habitantes según INEC, año 2010.

Es el único cantón totalmente urbano del Ecuador. Es considerada como el corazón comercial de la provincia y un centro de acopio para la industria turística de la península, principalmente de alimentos hoteles, tiendas, restaurantes. Por estar al pie de la refinería, aporta con el 30% de los derivados de Petróleo al país y genera fuentes de trabajo para sus habitantes, sus playas son más bien pequeñas y alejadas de ruidos. Por eso, la actividad turística está siendo potencializada hacia las actividades de entretenimiento y diversión, por lo que su municipio espera surjan iniciativas privadas de inversión dado los atributos de orden, ejecutividad y organización del cantón. Como el comercio es la vida de este cantón, su movimiento es fluido todo el año. Posee varios atractivos turísticos, entre los que se destacan: La playa Cautivo, el malecón, mirador “La Caleta”, museo Casa León, la Iglesia Matriz San Antonio de Padua, parque y plaza La libertad, museo Paleontológico de la UPSE.

La mayoría de las calles de la ciudad están asfaltadas, especialmente las del norte, aunque algunas están desgastadas y el resto de calles son lastradas. Las avenidas importantes son: la doceava, octava y nueve de Octubre.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló considerando la investigación cualitativa y cuantitativa.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad del trabajo de grado que se utilizó en esta investigación, es el de proyecto factible o de intervención, para desarrollar una propuesta de un modelo operativo viable que permitirá solucionar problemas, requerimientos de grupos sociales, refiriéndonos a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos y procesos. Para su formulación y ejecución nos apoyamos en investigaciones de tipo documental y de campo. En la estructura del proyecto consta las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de sus resultados. En la investigación se efectuó el paradigma cualitativo, que se refiere a la solución del problema de escasa producción de alimentos a base de frutas en la provincia de Santa Elena mediante la:

- Utilización de técnicas cualitativas
- Interpretación del problema o fenómeno de estudio
- No prueba teorías o hipótesis más bien nos genera teorías
- Conocimiento orientado a los procesos.

En este estudio no sólo se investigó a los habitantes de la provincia de Santa Elena, sino que se plantea la propuesta viable que conlleve a la solución de la inexistencia de un lugar adecuado en productos saludables en la Provincia 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.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este estudio se recurrió a varios tipos de investigación:

CUADRO N° 3
TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Por el propósito	Por el nivel de estudio	Por el lugar
Básica	Nivel exploratorio	Documental
Aplicada	Nivel descriptivo	Bibliográfica
	Nivel explicativo o nivel experimental	De campo

Fuente: Metodología de la Investigación

Elaborado por: Lissette Carreño

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. DOCUMENTAL

Se observaron videos relacionados con la nutrición y bondades de las frutas, nos sirvió para poder conocer las propiedades que posee cada una de ellas para consumir de manera adecuadas sus vitaminas y minerales, considerando esta información nos fue útil para desarrollar productos innovadores y nutritivos, generando un nuevo concepto de comida rápida otorgando más opciones en cuanto a la alimentación a los posibles consumidores. Para esto diseñamos estrategias adecuadas para captar clientes y ser competitivos en el mercado.

2.4.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

En el desarrollo de la investigación se utilizó fuentes primarias y secundarias. De acuerdo a los objetivos del problema propuesto, esta modalidad de investigación tiene mayor incidencia en la formulación teórica, conceptualización de nuevos modelos de interpretación, a partir de la confrontación de las teorías existentes con los datos empíricos de la realidad. En el presente trabajo, se apoyó en la consulta de libros y documentos concernientes al estudio de creaciones de empresa para su formalización y legalización. La investigación bibliográfica fue útil para efectuar el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión.

2.4.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Nos permitió el estudio sistemático del problema de estudio en la modalidad de investigación de campo, se utilizaron las encuestas y las entrevistas sin descartar aquellas técnicas que lograron consolidar la información para el desarrollo de la propuesta.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El éxito que tenga el desarrollo del presente estudio depende mucho de la calidad de información que se adquiriera tanto de las fuentes primarias como de las fuentes secundarias, pues de ello depende la confiabilidad y validez del estudio. La información que se efectuó en la investigación se obtuvo de los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

2.5.1. TIPOS DE TÉCNICAS

La técnica en investigación es un instrumento o medios auxiliares que permitieron facilitar el procesamiento de la información en el desarrollo de la investigación.

Las que se utilizaron fueron:

CUADRO N° 4
FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

FUENTES PRIMARIAS	FUENTES SECUNDARIAS
Encuestas Entrevistas	Libros Revistas

Fuente: Metodología de la Investigación.
Elaborado por Lissette Carreño.

2.5.2. DOCUMENTAL

Por medio de esta técnica se pudo ampliar el conocimiento del objeto en estudio y al mismo tiempo realizar las conclusiones, críticas valorativas que permitieron profundizar el desarrollo de la investigación. Mediante este instrumento se facilitó la obtención de información. Análisis de contenido, a través de esta técnica se logró obtener un criterio valorativo a cerca de la confiabilidad y validez del trabajo de investigación teniendo en consideración las diferentes informaciones.

2.5.3 CAMPO

Entrevista

Esta técnica de investigación no estructurada, nos permitió obtener información importante que tuvieron relación directa con el problema de investigación. Se buscó que el entrevistado exprese libremente sus ideas, creencias y sentimientos; por el cual se debió profundizar en respuestas superficiales.

Como instrumento de investigación se planificó una guía de entrevista, que permitió identificar los temas generales que se abarcaron, su secuencia y el tipo de preguntas que se formularon. Es de gran utilidad porque cuando hay que tratar temas delicados o difíciles que requieren reflexión por parte del entrevistado.

Encuesta

Esta técnica de recolección de información se aplicó mediante un formulario de preguntas que permitió conocer las opiniones y valoraciones que poseen los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

Se desarrolló un cuestionario de preguntas para recoger información acerca del consumo, gustos y preferencias de las frutas en los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

Se aplicó este instrumento de investigación con preguntas cerradas y preguntas cerradas poliopcionales de selección múltiple.

El contenido de las preguntas tuvo relación con los objetivos del estudio y se consideró la operacionalización de las variables. La aplicación del instrumento fue de manera individual.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. POBLACIÓN

La población a la que se dirigió la presente investigación, corresponde a los habitantes de la Provincia de Santa Elena comprendido desde los 10 años en adelante.

El universo del presente trabajo está conformado por 15.164 personas, considerando solo a la población económicamente activa del sector público y privado quienes accederán a los productos.

CUADRO N° 5
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA
SANTA ELENA

SEGMENTACIÓN DE MERCADO													
CANTÓN	POBLACIÓN	NIÑOS		ADOLESCENTES		ADULTOS		MERCADO POTENCIAL		MERCADO DISPONIBLE (PEA)		MERCADO META	
		AÑOS		AÑOS		AÑOS							
		10 A 14	10 A 14	15 – 19	15 - 19	20-más	20-más						
	TOTAL	%	NUM.	%	NUM.	%	NUM.						
LA LIBERTAD	95942	11,36%	10896,233	9,85%	9450,1402	57,70%	55359,634	75706,008	78,91%	60564,806	80%	6056	10%
SALINAS	68675	10,29%	7067,6959	9,82%	6746,2041	57,25%	39319,342	53133,242	77,37%	31879,945	60%	2489	10%
SANTA ELENA	144076	10,45%	15062,241	10,10%	14545,733	57,74%	83188,854	112796,83	78,29%	78957,78	70%	6619	10%
TOTAL	308693		33026,171		30742,077		177867,83	241636,08		171402,53		15164	

Fuente: INEC, 2010.
 Elaborado por: Lissette Carreño

2.7.2. MUESTRA

Para calcular la muestra de las encuestas se utilizó la siguiente fórmula, con los siguientes atributos.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + \sigma^2 \cdot P \cdot Q}$$

Elementos:

σ^2 = Nivel de Confianza 99.7% → 3

P = Probabilidad de que se consuma el producto 95% → 0.95

Q = Probabilidad de que no se consuma el producto 5 % → 0.05

e = Error de la proporción de la muestra 0.05

N = Universo de la investigación – Población Económicamente activa **15164**

Determinación del Tamaño de la Muestra

Fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + \sigma^2 \cdot P \cdot Q}$$

Desarrollo:

$$n = \frac{3^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05 \cdot 15164}{0,05^2(15164 - 1) + 3^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}$$

$$n = \frac{6483}{38}$$

$$n = 169$$

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo el número de las personas a encuetar, el resultado es de 169 habitantes.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de determinar la metodología necesaria en el trabajo de investigación, identificadas en el capítulo anterior, se dio paso a la obtención de la información relevante mediante la aplicación de dos instrumentos, para el conocimiento de resultados, considerando para ello, tablas, gráficos e interpretación pertinente.

CUADRO N° 6
INSTRUMENTOS A UTILIZAR

N°	INSTRUMENTO	DIRIGIDO A
1	Ficha de Encuesta	Población económicamente activa
2	Ficha de Entrevista	Productores y Proveedores de frutas

Fuente: Metodología de la Investigación
Elaborado por: Lissette Carreño

Ficha de Encuesta: Esta direccionado a la población económicamente activa de la provincia de Santa Elena, para lograr identificar gustos, preferencia y sobre todo las necesidades insatisfechas del mercado.

Ficha de entrevista: Dirigidos a los productores y proveedores de frutas, para conocer el abastecimiento a nivel local y por ende identificar a los posibles proveedores de la empresa.

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Para tomar en consideración a que tipo fue direccionado la encuesta se procede a realizar la información primordial.

CUADRO N° 7
CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS

SEXO	EDADES	ENCUESTADOS
Las personas del sexo femenino tomaron el mayor porcentaje de la encuesta con un 56%, mientras que los del sexo masculino solo intervinieron un 44% en las encuestas.	Las encuestas fueron aplicadas a personas comprendida entre 10 a más de 51 años de edad.	El número de encuestados fueron 169 personas, quienes más intervinieron con un 39% fueron los trabajadores del sector privado quienes se los podría considerar como clientes potenciales y como clientes secundarios a los estudiantes por su intervención del 31%.

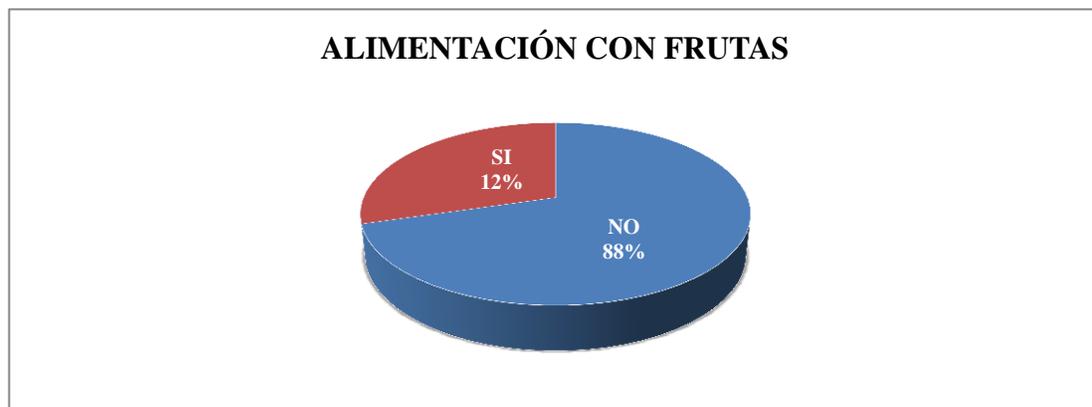
Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

TABLA N° 1
ALIMENTACIÓN CON FRUTAS

PREGUNTA 1. ¿DENTRO DE SU DIETA DIARIA ACOSTUMBRA ALIMENTARSE CON FRUTAS?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	12%
NO	149	88%
SUMAN	169	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GÁFICO N° 1



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

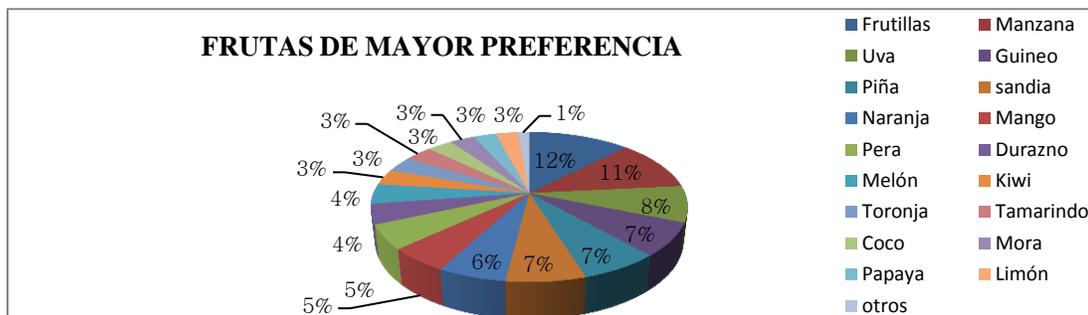
En el análisis de esta pregunta, se comprueba el hábito alimenticio de los habitantes de la Provincia de Santa Elena. De acuerdo a los resultados de la encuesta el de mayor porcentaje fue del 88% y de menor porcentaje fue es el de 12%. Se determina que la población no acostumbra dentro de su dieta diaria alimentarse con frutas, mientras que el porcentaje restante sí.

TABLA N° 2
FRUTAS DE MAYOR PREFERENCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frutillas	118	12%
Manzana	105	11%
Uva	74	8%
Guineo	68	7%
Piña	65	7%
Sandía	65	7%
Naranja	56	6%
Mango	50	5%
Pera	50	5%
Durazno	41	4%
Melón	41	4%
Kiwi	32	3%
Toronja	32	3%
Tamarindo	32	3%
Coco	29	3%
Mora	29	3%
Papaya	26	3%
Limón	26	3%
Otros	13	1%
SUMAN	952	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 2



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

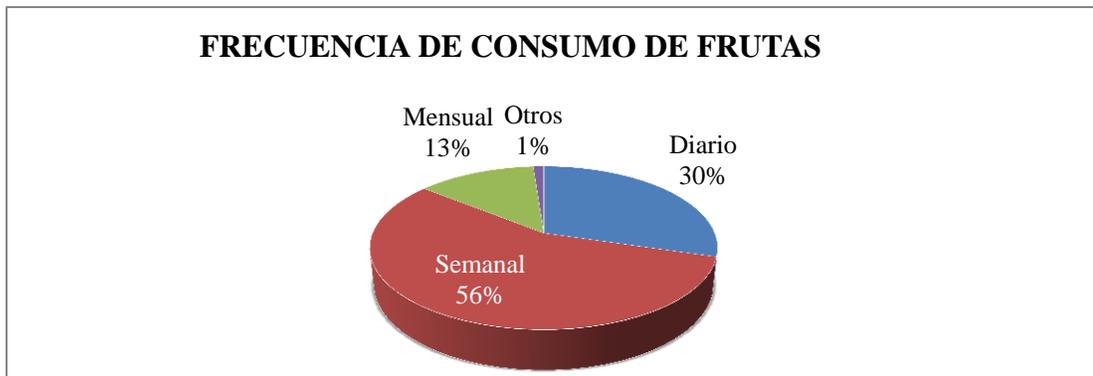
Esta pregunta nos permitió conocer cuáles son las frutas de más preferencias por las personas. El 12% al 8% eligen las frutas frescas, del 7% al 5% las frutas tropicales y el porcentaje de 5% a 4% las prefieren variadas. Se puede identificar que las frutas de mayor porcentaje por los encuestados son aquellas que se producen en la sierra como las frutillas, las manzanas, las uvas. Sin embargo las frutas de la región costa son preferidas en segundo lugar con un porcentaje medio como la sandía, guineo, piña, naranja, y mango. En tercer lugar las frutas de menor porcentaje.

TABLA N° 3
FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS

PREGUNTA 3. ¿CON QUE FRECUENCIA USTED CONSUME FRUTAS?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	50	30%
Semanal	95	56%
Mensual	22	13%
Otros	2	1%
SUMAN	169	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 3



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

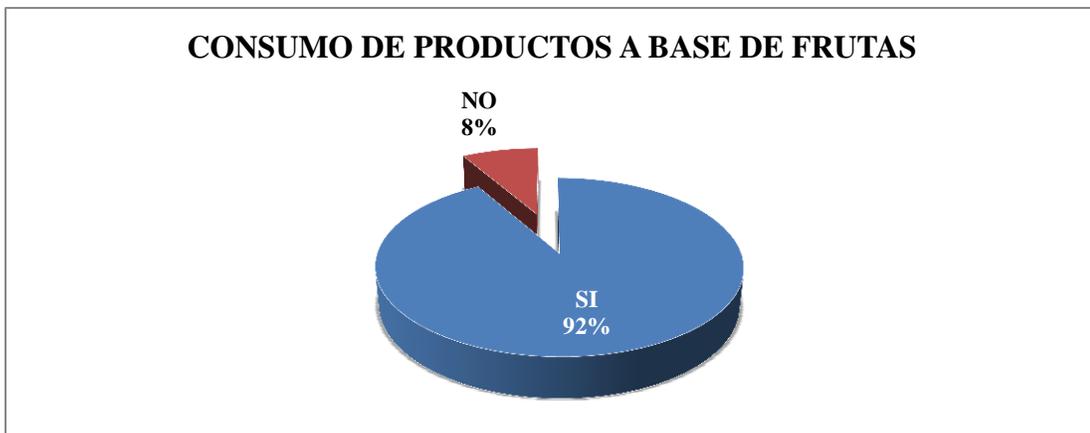
Los resultados de este cuestionario muestran la frecuencia de consumo de frutas del mercado meta. Según datos de las encuestas revelan que el 56% de las personas consumen frutas a la semana mientras que solo el 30% lo hacen a diario, esto nos indica que existe una tendencia baja, pues a pesar de que las personas si consumen frutas la mayoría de los encuestados lo hacen a la semana, es importante que consuman productos con valor nutricional a diario, en esta opción es donde surge la idea de crear una empresa que brinde productos innovadores pero a la vez saludables en la Provincia de Santa Elena, para poder satisfacer las necesidades de un mercado insatisfecho.

TABLA N° 4
CONSUMO DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS

PREGUNTA 4. ¿USTED CONSUMIRÍA PRODUCTOS DONDE LA COMBINACIÓN ADECUADA DE LA FRUTA BENEFICIE SU SALUD?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	155	92%
NO	14	8%
SUMAN	169	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 4



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

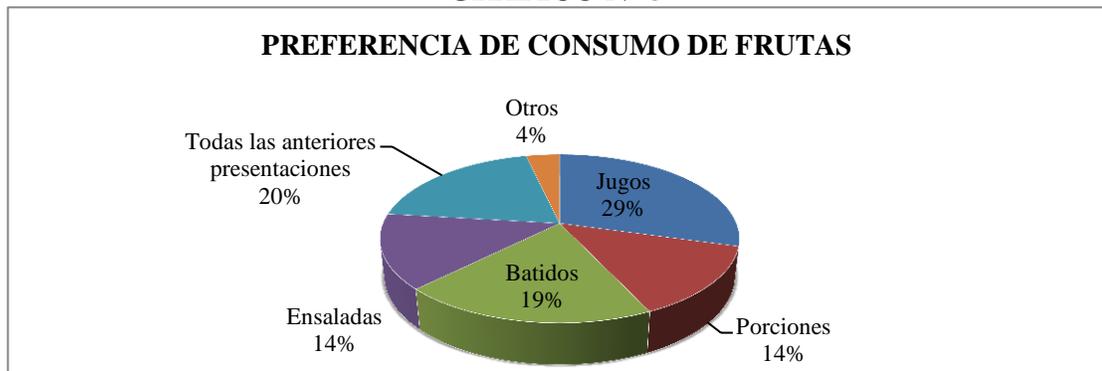
Se desea saber cuál será el nivel de aceptación que tendrá un establecimiento de productos saludable. Los resultados en esta pregunta, fueron satisfactorias, el 92% de la población manifiesta que si consumiría productos donde la combinación adecuada de la fruta beneficie su salud, por esta razón podemos confirmar lo que se planteó en capítulos anteriores de que los habitantes si desean retomar un nuevo estilo de vida saludable, pero como el sector no ofrece este tipo de alimentos tienen muy pocas opciones para elegir, solo un 4% no están dispuestos.

TABLA N° 5
PREFERENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS

PREGUNTA 5. AL CONSUMIR FRUTAS, USTED LAS PREFIERE EN:		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jugos	90	29%
Porciones	42	14%
Batidos	60	20%
Ensaladas	44	14%
Todas las anteriores presentaciones	60	20%
Otros	11	4%
SUMAN	307	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 5



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

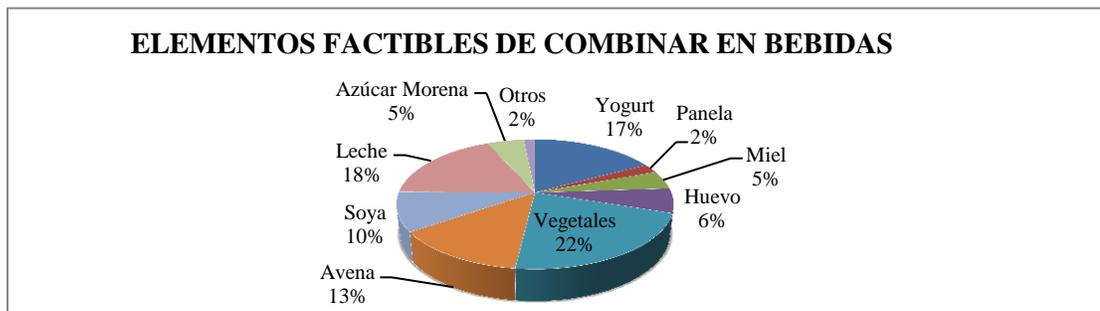
Esta pregunta identifica la manera más adecuada de adquirir las frutas para crear alternativas que vayan a los gustos del consumidor. El 29% optan por los jugos, el 20% prefieren “todas las presentaciones” de las frutas, el 20% en batidos, mientras que las ensaladas y porciones de frutas las eligen un 14% y el 4% en otras presentaciones. Al realizar la encuesta se encontró que en función de la preparación de las frutas no existe ninguna dificultad por parte del consumidor a tal punto que se logra obtener mayor porcentaje donde los posibles clientes están dispuestos a consumir las frutas en cualquier presentación, ya sean estos en jugos, batidos, porciones o en ensaladas.

TABLA N° 6
ELEMENTOS FACTIBLES DE COMBINAR EN BEBIDAS

PREGUNTA 6. CONSIDERANDO DOS TIPOS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO ¿QUÉ ELEMENTOS CONSIDERA FACTIBLE DE COMBINAR?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Yogurt	98	17%
Panela	13	2%
Miel	26	5%
Huevo	35	6%
Vegetales	125	22%
Avena	77	13%
Soya	56	10%
Leche	104	18%
Azúcar Morena	29	5%
Otros	9	2%
SUMAN	572	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 6



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

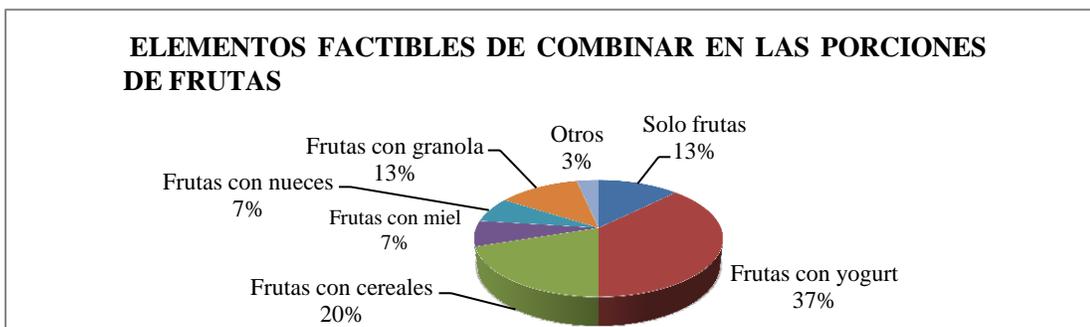
Una vez identificado el mercado se requiere saber qué es lo que el cliente solicita al adquirir un producto. En primer lugar con mayor porcentaje de 22% tenemos las vegetales. En segundo lugar con un 18% la leche, el yogurt y la soya que tienen un porcentaje del 18% a 10%, en menor porcentaje están los que van a un rango de 2% a 6% por ciento como la panela, la miel, el azúcar morena y el huevo. Los elementos más importantes que se considera factible de combinar en una bebida sería una opción para elaborar productos innovadores que beneficien a su alimentación una de ellas están los vegetales ya que serían aceptados por los posibles consumidores según los resultados de la encuesta.

TABLA N° 7
ELEMENTOS FACTIBLES DE COMBINAR EN LAS PORCIONES DE
FRUTAS

PREGUNTA 6. CONSIDERANDO DOS TIPOS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO ¿QUÉ ELEMENTOS CONSIDERA FACTIBLE DE COMBINAR?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo frutas	41	13%
Frutas con yogurt	122	37%
Frutas con cereales	65	20%
Frutas con miel	23	7%
Frutas con nueces	23	7%
Frutas con Granola	41	13%
Otros	11	3%
SUMAN	326	100%

Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 7



Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

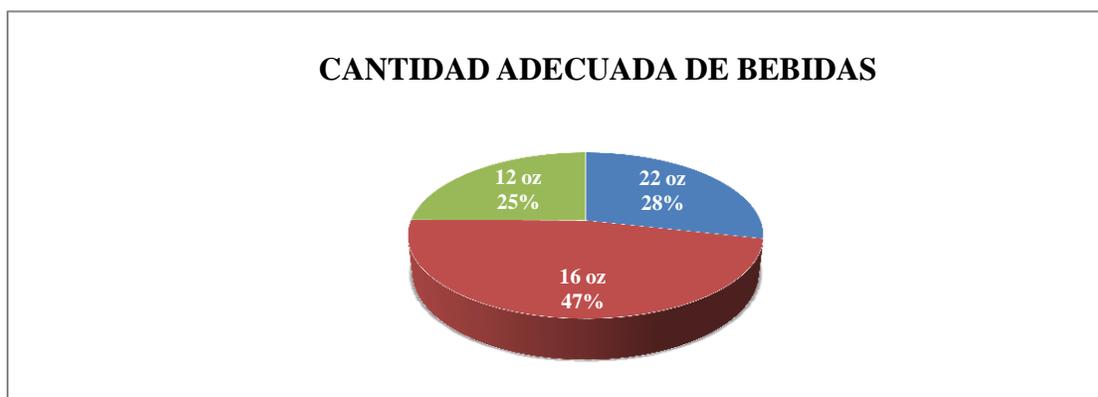
Es importante conocer cuáles son los gustos de los consumidores para convertirla en una estrategia otorgando al mercado meta diferentes opciones para que el consumidor logre identificarse con el producto que vaya más a sus necesidades. En primer lugar se encuentra la alternativas de frutas con yogurt es la opción de mayor preferencia según los datos de la encuesta. En segundo lugar los clientes requieren las frutas con cereales, pero también es significativo considerar aquellas personas que les gustan las frutas con granola o únicamente solas, es así en donde se logra identificar las preferencias de los clientes aunque es necesario tomar en cuenta aquellos que prefieren las frutas con nueces o miel.

TABLA N° 8
CANTIDAD ADECUADA DE BEBIDAS

PREGUNTA 7. ¿DE ACUERDO A SU PREFERENCIA, QUÉ CANTIDAD ES LA ADECUADA?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
22 oz	47	28%
16 oz	77	47%
12 oz	41	25%
SUMAN	165	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 8



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

Saber cuál es la cantidad que necesita el consumidor para poder establecer las medidas adecuadas de una bebida. Se diseñó este tipo de pregunta para que el mercado meta indiquen cuanto requieren de un producto. El 47% nos indican que 16 onzas es la cantidad ideal de una bebida para la mayoría de los encuestados, mientras que 22 y 12 onzas alcanzan un porcentaje relativo. Por los resultados obtenidos de la encuesta se optará por el porcentaje mayor para ofrecer al cliente un producto que vaya a sus necesidades de consumo.

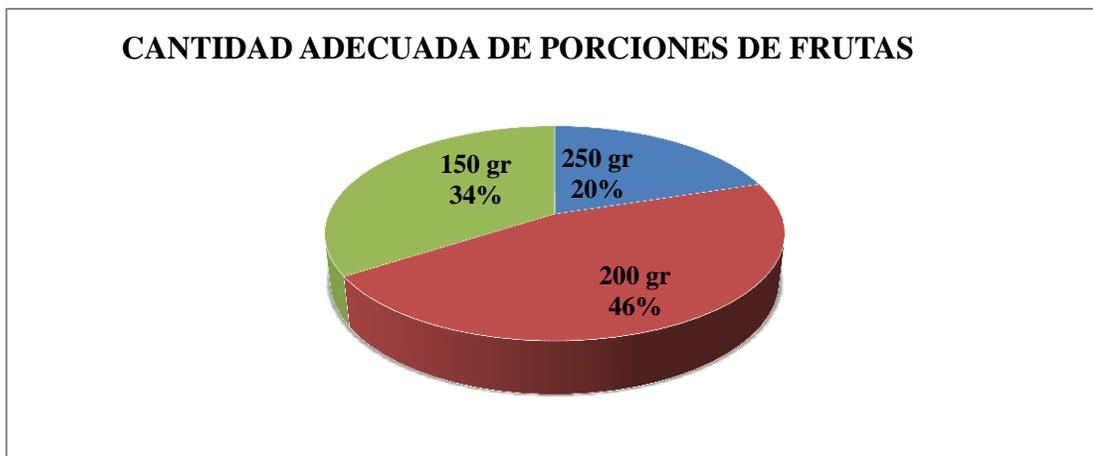
TABLA N° 9

CANTIDAD ADECUADA DE PORCIONES DE FRUTAS

PREGUNTA 7. ¿DE ACUERDO A SU PREFERENCIA, QUÉ CANTIDAD ES LA ADECUADA?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 gr	33	20%
200 gr	75	46%
150 gr	56	34%
SUMAN	164	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 9



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

En función de las porciones de frutas, se obtiene que el 46% en el resultado de la encuesta cliente está dispuesto a consumir la cantidad de 200 gramos alcanzando un. Seguido por un porcentaje relevante 34% el de 150 gramos y de menor porcentaje con un 20% el de 250 gramos. Las personas prefieren las frutas en una porción de 200 gramos como el de mayor relevancia en la encuesta, esto se consideraría para ofrecer una opción más para adquirir la cantidad adecuada de consumo.

TABLA N° 10
CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR POR LA BEBIDA

PREGUNTA 8. DE ACUERDO A LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1,00-1,50	107	52%
\$ 1,51-2,00	41	20%
\$ 2,01 -2,50	23	11%
\$ 2,01 -3,00	11	5%
\$ 3,01 -3,50	11	5%
\$ 3,51 -Más	11	5%
SUMAN	204	100%

Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 10



Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

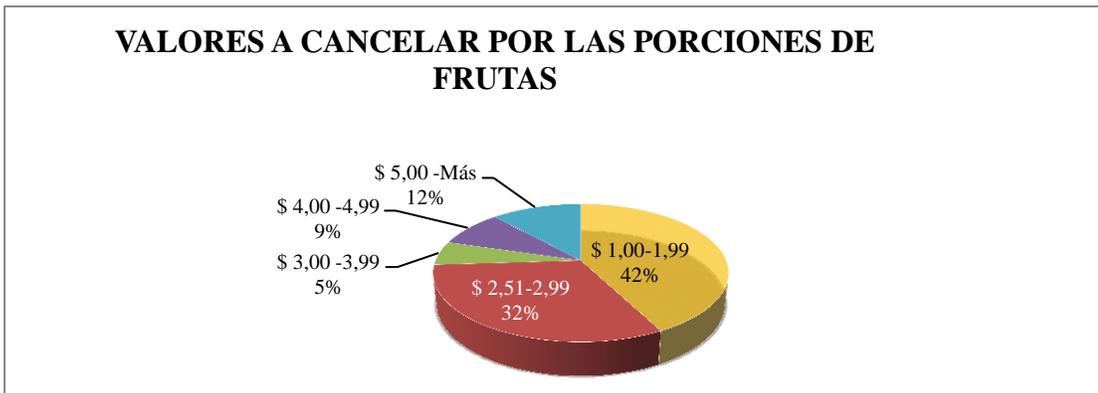
Para establecer el precio en los productos a ofrecerse necesitó plantear esta pregunta identificando la capacidad de pago de las personas encuestadas. Al preguntarle a la población meta cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto de acuerdo a la presentación se obtuvo que la cantidad promedio es de \$1 y 1,50 ctvs. Esto es en base a que el 53% de los encuestados dijo que pagaría ese valor. El precio máximo que el mercado objetivo estaría dispuesto a cancelar será de \$2,00 dólares. Después de realizar los cálculos financieros necesarios se podrá determinar el precio al que se fijará a las bebidas, debido a esto se debe de hacer un énfasis en la diferenciación del producto para que el cliente quede satisfecho con el precio.

TABLA N° 11
VALORES A CANCELAR POR LAS PORCIONES DE FRUTAS

PREGUNTA 8. DE ACUERDO A LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1,00-1,99	83	42%
\$ 2,51-2,99	62	32%
\$ 3,00 -3,99	11	6%
\$ 4,00 -4,99	17	9%
\$ 5,00 –Más	23	12%
SUMAN	196	100%

Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 11



Fuente: Investigación de Mercado
 Elaborado por: Lissette Carreño

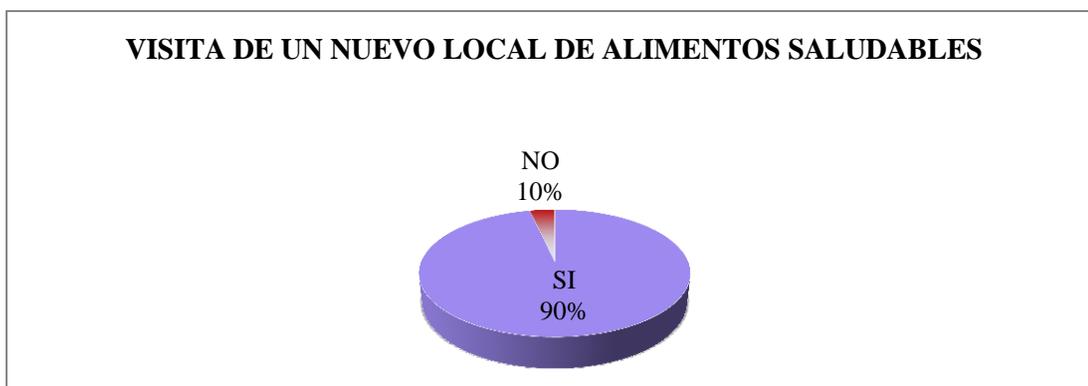
La cantidad por el cual las personas están dispuestas a pagar por una porción de frutas es de \$1,00 a 1,99 ctvs. Esto es en base a que el 42% de los encuestados dijeron que pagarían por el producto. Se deduce también que el precio máximo a pagar será de \$2,00 a 2,99 dólares, esto corresponde a que el 32% de los posibles consumidores están dispuestos a cancelar. Posteriormente de un análisis financiero se podrá determinar el precio al que se fijará a las porciones de frutas de acuerdo a la presentación de dicho producto.

TABLA N° 12
VISITA DE UN NUEVO LOCAL DE ALIMENTOS SALUDABLES

PREGUNTA 9. ¿PENSANDO EN SU BIENESTAR, FRECUENTARÍA USTED ALGÚN LOCAL QUE LE PERMITA ALIMENTARSE SANAMENTE?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	152	90%
NO	17	10%
SUMAN	169	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 12



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

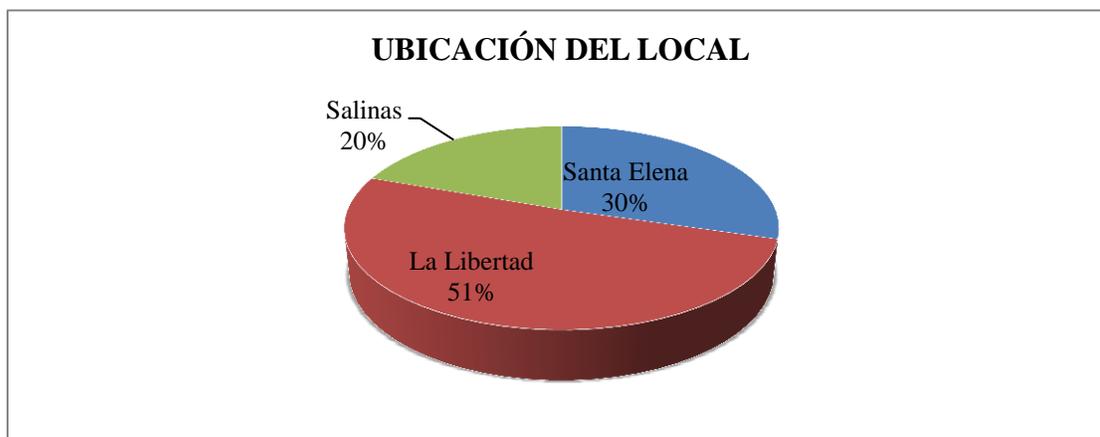
Se requiere de esta pregunta, para conocer cuántas personas están dispuestas a mejorar sus hábitos alimenticios cuando en el mercado se oferten productos saludables. El presente estudio se determina que el 90% sin embargo de las personas están dispuestas de a acudir a este tipo de lugares para alimentarse sanamente. Un lugar que provee de estas características será visto como mejor factor de decisión en cuanto al cliente selecciones en qué lugar asistir. Esto puede representar que la idea de negocio sea efectiva.

TABLA N° 13
UBICACIÓN DEL LOCAL

PREGUNTA 10. ¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA QUE ESTÉ UBICADO ESTE LOCAL?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santa Elena	50	30%
La Libertad	86	51%
Salinas	33	20%
SUMAN	169	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 13



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

Como parte de la estrategia pensando en la ejecución de una empresa es necesario que la ubicación favorezcan a los clientes potenciales para que puedan acceder a los productos. El mejor lugar a criterio de los encuestados se les pidió que seleccionaran entre varias opciones, dando como resultado que la mayoría considera que sería conveniente iniciar con la empresa en cantón de La Libertad. En segundo lugar se expresa ubicarla en Santa Elena es una opción atractiva que se podría implementar a futuro como segunda opción para establecer la empresa de productos naturales a base de frutas.

TABLA N° 14
AMBIENTE DEL LOCAL

PREGUNTA 11. ¿PARA CONFORT SUYO QUÉ AMBIENTE PREFERE?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesional	23	11%
Deportivo	29	14%
Playero	65	32%
Juvenil	89	43%
SUMAN	206	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 14



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

Es necesario e importante que el mercado objetivo elija el ambiente que requiere una empresa de productos saludables para ser atractivo. Al realizar la encuesta se obtuvo que el mercado meta le gustaría un ambiente juvenil. En segundo lugar se encuentra que sería atractivo que la empresa tuviera un ambiente de playa pero a pesar de eso se optara por enfocarse al ambiente juvenil, pues representa según el gráfico un 43% como la opción de mayor prevalencia. Además el ambiente playero pudiera verse como informal, y se quiere que el concepto de negocios sea atractivo para los jóvenes y profesionales.

**TABLA N° 15
PROMOCIONES**

PREGUNTA 12. ¿QUÉ PROMOCIONES LE GUSTARÍA QUE SE LE BRINDE AL COMPRAR UNA BEBIDA Y PORCIONES DE FRUTAS?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Martes 2x1	80	38%
Ofertas en días especiales	47	22%
Descuentos por volumen de compras	71	34%
Otros	11	5%
SUMAN	209	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 15



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

Para establecer los tipos de promociones en una empresa alimenticia, se crearon varias opciones por el cual los consumidores opten por el que más les atrae, pues según el gráfico nos demuestran que el 38% de las personas encuestadas prefieren los dominados “martes 2x1”. El 34% requieren que existan en la empresa los descuentos por volumen de compras y el 22 % en días especiales. La opción de mayor porcentaje sería una opción de poder utilizarla como una estrategia al tratar de captar el interés de los posibles clientes porque prefieran consumir productos saludables.

TABLA N° 16
SERVICIOS ADICIONALES

PREGUNTA 13. USTED COMO CLIENTE ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA QUE SE LE BRINDE?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio express para instituciones	65	36%
Servicio a domicilio	89	49%
Otros	26	14%
SUMAN	180	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 16



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

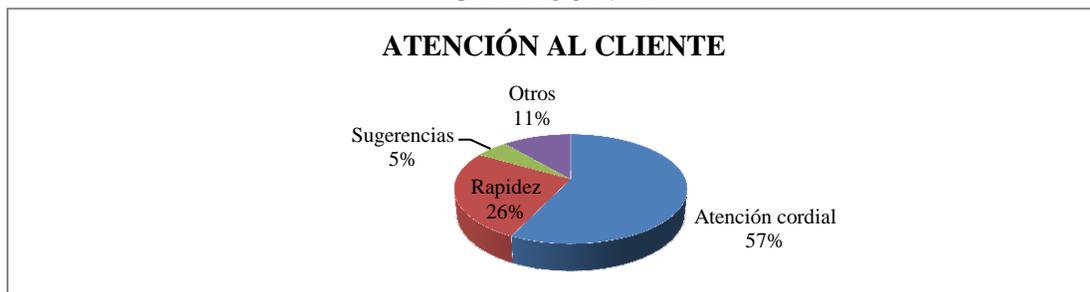
Debido a que se desea implementar una propuesta de negocio que sea una alternativa saludable para la dieta de las personas que han decidido tener una calidad de vida mejor. Fue necesario analizar la clase de servicios que pudiera ser atractivo para el mercado meta se propone varias opciones. Los posibles consumidores establecen que el servicio adicional que les gustaría que se le brinde en una empresa alimenticia es el “servicio a domicilio” ya que según el grafico nos demuestra que el 49% de los encuestados la consideran más importante. El servicio express para instituciones representa un porcentaje considerable del 36% se deberá analizar la situación y optarla como una segunda opción para cubrir las necesidades de los cliente.

TABLA N° 17
ATENCIÓN AL CLIENTE

PREGUNTA 14. ¿TOMANDO EN CUENTA LA ATENCIÓN AL CLIENTE, UD. PREFIERE?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención cordial	116	57%
Rapidez	53	26%
Sugerencias	11	5%
Otros	23	11%
SUMAN	203	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 17



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño

Se requiere que el consumidor exprese cual es la atención que necesita en un establecimiento. Es importante porque determina las áreas en las que se tiene que reforzar y poner atención, asegurando así la satisfacción del cliente para que pueda regresar en otra ocasión y volver cautivo al mercado. El objetivo principal es enfocarse a lo que el cliente percibe como necesario para que el lugar sea una buena opción de consumo. Según datos de la encuesta el 57% de las personas encuestadas prefieran la “atención cordial” para una empresa que presta servicios, es un factor importante se espera que el servicio que se ofrezca tenga un grado aceptable de cordialidad y que supere al de los competidores existentes. Un 26% los clientes requieren de un servicio con rapidez y por último otro factor determinante son las sugerencias, es por eso para que una empresa alimenticia de productos a base de frutas tenga el impacto esperado se enfoque a brindar en servicio direccionado al cliente como el de dar sugerencias en cuanto al producto.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

1. Se pudo identificar que los proveedores trasladan y venden las frutas de acuerdo a la demanda del mercado, la mayoría de los entrevistados establecen que de 1 a 2 veces a la semana transportan las frutas tropicales al mercado consumidor y las frutas frescas de la sierra se traen de 2 a 3 veces por semana.
2. Los agricultores de la costa se dedican a la producción de frutas de ciclo corto para otorgar variedad al mercado consumidor, resultando ser productivos durante todo el año. Cuando se termina la temporada de una fruta comienzan con otra, por ejemplo, en el mes de enero se produce la maracuyá cuando se termina la cosecha se dedican a vender papaya en los meses de febrero hasta abril y de julio las naranjas hasta el mes de septiembre y desde octubre a enero el mango.
3. Las épocas en que se consumen más frutas son en temporadas altas, en fiestas patronales y cuando comienza el tiempo escolar cuando ya se culmina la temporada, por el cual esto provoca que el consumo de frutas sea constante por lo que todos los días se realizan ventas.
4. Otra de las características es que los proveedores especialmente los de Santa Elena prefieren vender a los grandes establecimientos porque son los que demandan más frutas, representando para ellos un cliente fijo para direccionar su producción. En ocasiones es una desventaja porque existen otras empresas que solo desean producto calificado, es decir las mejores y de un solo tamaño, eso les provoca una pérdida en la producción ya que solo se quedarían con las frutas pequeñas y los pequeños consumidores no las compran.

5. Los productores tienen entre 32 a 35 años abasteciendo al mercado de las frutas, a diferencia de los que solo las trasladan únicamente poseen 5 a 20 años en la actividad. Excepción solo uno que traslada frutas desde Guayaquil hasta el mercado de la Libertad tiene 29 años como proveedor de frutas.
6. Las frutas son transportadas de diferentes partes del Ecuador, las frescas son traídas de la sierra y las tropicales de la costa, esto permite que en el mercado existan diversidades de frutas por el cual otorgan a los consumidores la posibilidad de elegir.
7. Se determina que muchos productores pertenecen a un grupo de asociaciones para poder ofrecer sus productos, resultan ser más fácil ofertarlos a pesar de que cada persona cosecha diferentes frutas, esto se debe a que obtienen mucho más apoyo por parte del gobierno Ecuatoriano a través del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca-MAGAP; otorgando a grupos de agricultores capacitaciones de como producir frutas de calidad y programas para acceder a los consumidores como ferias libres para vender sus productos a la ciudadanía.
8. La fruta transportada son de muy buena calidad pero a pesar de eso se deben ofrecer de una manera variada para que todo el producto logre ser vendida. Se pudo identificar que existen productores que han decidido mejorar la calidad de sus frutas utilizando materia orgánica e insecticidas creados por ellos, esto les permite obtener más rentabilidad en la cosecha y a la vez poder ofrecer mayor beneficio al consumidor logrando así diferenciarse de otros productores.
9. Las ventas de frutas se realizan de varias formas y acorde a las necesidades del mercado consumidor, estas son: Por grandes cantidades se efectúa por metro cubico, cantidades medianas se venden en gavetas, cajas, baldes y sacos de un sientto, los de menor demanda, por pilos.

3.3. CONCLUSIONES

- Las frutas de la sierra es transportada de 2 a 3 veces por semana a diferencia de 1 a 2 veces de las que se producen en la costa, de acuerdo a los resultados de la encuesta se debe a que estas frutas son las de mayor preferencia por los consumidores.
- Los proveedores proporcionan la cantidad de mercadería a los comerciantes de acuerdo al nivel de consumo en el mercado logrando así cubrir las necesidades de los clientes.
- Se concluye que las empresas son las mayores demandantes de frutas en el mercado, debido a que estas entidades las adquieren como materia prima para elaborar otros productos uno de ellos son los jugos.
- Los programas realizados por el MAGAP, ayudan no únicamente a que los agricultores vendan sus productos sino más bien incentivan a que las personas obtengan frutas frescas y a mejores precios.

3.4. RECOMENDACIONES

- Conociendo a la vez que el 96% de las personas encuestadas están dispuestas a consumir productos a base de frutas se puede deducir que la propuesta es aceptada. Se ha identificado que el mercado se provee de frutas por diferentes agricultores y personas que la transportan, por el cual se puede abastecer de materia prima para elaborar diferentes productos. Se recomienda para esto establecer relaciones comerciales e incluso si es preciso crear contratos con proveedores para asegurar la fruta que se necesitaría para la producción.
- Es necesario identificar la cantidad a producir de acuerdo a la demanda que vaya a tener los productos a ofrecer, esto nos permitirá elaborar y efectuar una planificación para poder realizar pedidos, evitando que nos quedemos sin la materia prima para producir.
- Se pueden contar con las diversidades de frutas producidas en nuestro país y de manera adecuada se pueden desarrollar diferentes productos como jugos, batidos y porciones. No únicamente sean innovadores sino también saludables, por los diferentes usos que se le da a la fruta el mercado se cuenta con los proveedores necesarios para otorgar las cantidades suficientes, para esto se recomienda realizar un menú con diversas opciones para que el cliente elija el producto acorde a sus necesidades.

- Se puede acceder al mercado al cual está dirigido el negocio por que se detectó que aún no ha sido explotado, para esto comenzará su desarrollo en el cantón La Libertad y basándonos en los resultados de las encuestas las personas se direccionan por tener productos que beneficien su salud, con la ayuda de los programas desarrollados por el gobierno ecuatoriano para incentivar el consumo de frutas se puede lograr obtener mayor participación, ya que a los productores les benefician tener clientes fijos no únicamente para vender sino más bien les ayuda hacer más productivos y a generar más trabajos en la provincia.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4. CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. PRESENTACIÓN

Las Empresas constituyen unidades económicas organizadas, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio, e invierten capital y trabajo, con el fin de obtener rentabilidad económica y aportar al desarrollo social. Al identificar un problema que se va a solucionar con el proyecto es una oportunidad de emprender con nuevas ideas de negocios, se deberán prioritariamente buscarse todas las opciones que conduzcan al objetivo ya que cada opción será un proyecto por realizarse.

4.2. NATURALEZA DEL PROYECTO

4.2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Delicious Fruit, surge cuando se logra identificar en el mercado una oportunidad de negocio para crear una alternativa innovadora enfocada en un estilo de vida 100% natural. La empresa que se creará con el proyecto será una empresa de producción

que mantendrá un contacto directo en las actividades de venta y atención al cliente, ya que se dedicará a la elaboración de alimentos como jugos, batidos y porciones a base de frutas sin colorantes, saborizantes artificiales y conservadores. Transformando la materia prima en un producto que el cliente va a consumir directamente; es una empresa del ramo alimenticio, contará con diversos tipos de productos los cuales todos se derivarán del producto principal que es la fruta. De esta manera se proporcionaran alternativas saludables para aquellos que deseen cambiar sus hábitos alimenticios consumiendo productos nutritivos.

La carencia de este tipo de empresa en la provincia de Santa Elena es muy notable, ya que no existen locales que puedan brindar un ambiente adecuado y alimentos nutritivos que aporten al cuidado de la salud.

4.2.2. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS

DELICIOUS FRUIT, es una nueva marca dentro de la Provincia de Santa Elena, que ofrecerá productos alimenticios y se dedicará a la elaboración de jugos, batidos y porciones a base de frutas, cuyas alternativas innovadoras estarán enfocados en un estilo de vida 100% natural, aportando así al cuidado de la salud de los habitantes. Creando diferentes tipos de productos de óptima calidad, para las personas que desean mantener un estilo de vida saludable.

Considerando las propiedades que contiene cada fruta se crearan productos saludables y nutritivos. La empresa se dedicará a la elaboración de 3 tipos de productos primordiales que nos ayudarán a diferenciarnos de nuestros posibles competidores, como:

● JUGOS

- **Antioxidantes:** Ayudan a disminuir la oxidación o daño celular aportando gran cantidad de minerales y nutrientes, altos en fibras y muy bajos en grasas. Contienen vitaminas A, C y E, los minerales como el selenio o el zinc, los carotenoides y los poli fenoles, por el cual lo convierte en un producto antioxidante.
- **Desintoxicantes:** Todas las propiedades de las frutas para desintoxicar y limpiar el organismo estimulando el sistema inmunológico, produce anticuerpos y purifica el aparato digestivo. Posee Vitamina A, C, E, B1, B2, potasio y hierro que se destacan como desintoxicante.

● BATIDOS

- **Energizantes:** Muy rico en nutrientes y vitaminas altamente energético ideal para evitar el cansancio físico y mental. Perfecto para cargar de energía al cuerpo antes y después de las actividades físicas y/o deportivas. Este producto tienen minerales vitaminas B1, B2, minerales, potasio y aminoácidos que le dan una dosis extra de energía al organismo ayudándole a soportar mejor las obligaciones diarias.

● ENSALADAS DE FRUTAS

Deliciosa, frescas, nutritivas se pueden consumir a cualquier hora del día en forma natural ya que es considerada como un postre clásico.

4.2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS

Intimidad con el Cliente

La organización establecerá lazos de intimidad con la clientela, buscando con ahínco conocer a sus consumidores y entender sus necesidades mejor que la competencia. Con esta ventaja nos permitirá crear entre los clientes lazos de amistad, permitiendo conocer realmente cuáles son sus necesidades, una vez que se mantenga un contacto directo. Al otorgar recomendaciones sobre el producto ayudará a que el cliente tenga confianza en la empresa y sobre todo en nuestros colaboradores. Esta confianza crecerá más aun con el servicio adicional que ofreceremos como la entrega del pedido solicitado hasta su domicilio y el servicio express a instituciones. La manera más adecuada de conocer al cliente es ubicando en la empresa un buzón de sugerencias, de esta manera se le otorga al cliente la oportunidad de dar sus opiniones y quejas que tenga sobre el producto o servicio que recibe por parte de la entidad. Esto permitirá identificar las deficiencias de la empresa para mejorarlas y poder perfeccionarlas.

Calidad del Producto

Para que los productos lleguen hacer competitivo en el mercado y puedan diferenciarse de los posibles competidores, se deben elaborar productos de calidad. Para esto no se utilizaran colorantes ni saborizantes artificiales serán productos 100% naturales. Se establecerán contratos con los proveedores para que direccionen sus productos hacia nuestra empresa, de esta manera evitaríamos que en cualquier momento no falte la materia prima.

4.3. ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Se estima una demanda total de 15.164 personas considerando los resultados de las encuestas. El 90% están dispuestos a consumir los productos una vez que se encuentren en el mercado por lo tanto nuestra demanda potencial anual es de 838.535 personas, tendremos una participación en el mercado de un 18% con un incremento de un 1% en el segundo año y 2% a partir del tercer año en adelante.

CUADRO N° 8
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
PROYECTADOS A 5 AÑOS

Participación mercado	18,00%	19,00%	21,00%	21,00%	21,00%
------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Demanda Potencial Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
838535	150936	159322	176092	176092	176092

Demanda	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensual	12578	13277	14674	14674	14674
Diaria	419	443	489	489	489

Elaborado por: Lissette Carreño

4.3.2. PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

4.3.2.1. COMPETENCIA DIRECTA

Se puede concluir que actualmente dentro del cantón La Libertad, no existe en estos momentos una empresa que se defina como competencia directa y se dedique a ofertar los mismos productos con las características similares, por lo que dicho mercado es considerada atractivo para ofrecer productos nuevos e innovadores, con características diferentes a las habituales que le otorguen al consumidor productos de calidad distinto a los productos artesanales.

4.3.2.2. COMPETENCIA INDIRECTA

Según la investigación de mercado en el cantón La Libertad, se logró identificar que existen pequeños negocios dedicados a la elaboración de productos a base de frutas y que fueron considerados como competencia indirecta debido a que su actividad comercial es de manera empírica, por el cual muchos de ellos pertenecen a una asociación pero cada quien trabaja por su propia cuenta, no poseen una estructura empresarial ni un manual de procesos que le conlleven a desarrollar las actividades de la misma manera, es por esta razón que se las consideran como competencia indirecta.

De los cuales se describen en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 9
COMPETENCIA INDIRECTA

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	PRINCIPAL VENTAJA	ACCIONES PARA POSICIONARSE
Asociación Mercado Municipal Jorge Cepeda Jácome	Barrio Simón Bolívar	En el lugar existen muchas influencias de personas por las mañanas	Lograr una ubicación en donde la influencia de las personas sea de todo el día.
Asociación Centro Comercial Buenaventura	Barrio Mariscal Sucre S/N calle 4 y 5	Es un punto de reunión porque existen otros negocios de entretenimiento.	Ofrecer un lugar adecuado e idóneo para las familias de la Provincia de Santa Elena, que otorgue comodidad.
Frutas Exóticas Omar	Malecón de la libertad a lado del Bco. D´miro	Tiene una muy buena ubicación y ambiente agradable	Otorgar un servicio de calidad.

Elaborado por: Lissette Carreño

4.4. ESTUDIO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL

4.4.1. MISIÓN

Ofrecer un nuevo servicio para satisfacer las necesidades del mercado brindando productos 100% naturales a base de frutas en diversas presentaciones de rápido consumo con calidad, higiene y servicio, ofertando alternativas nutritivas y un ambiente agradable para los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

4.4.2. VISIÓN

Posicionar los productos alimenticios a base de frutas como una nueva opción saludable de preferencia de sus clientes, permitiendo la expansión de sus instalaciones en puntos estratégicos de la provincia de Santa Elena ofreciendo nuevas oportunidades de trabajo y aportando con el desarrollo del país.

4.4.3. OBJETIVO DEL NEGOCIO

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Generar utilidades durante el cuarto año de actividad económica realizando ventas iguales o superiores a \$379.872,84 los mismos que serán reflejados en los estados financieros de la empresa.
- Copar el mercado local con un porcentaje igual o mayor del 21% en los próximos 3 años.

- Ser reconocidos en la provincia de Santa Elena como una empresa que brinda productos netamente nutritivos que beneficien al consumidor durante el primer año de actividad.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- Comprar maquinarias en el tercer año de vida útil de la empresa para incrementar las ventas.
- Contribuir al mejoramiento en la alimentación de los habitantes de la provincia de Santa Elena.
- Captar la confianza del cliente brindando buena atención y buen trato para obtener el marketing “boca a boca”.

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Obtener proveedores que proporcionen materia prima a bajos costos para optimizar los recursos que se incurren directamente en la producción.
- Ofrecer un producto 100% natural que beneficie al consumidor.
- Cuidar cada detalle del servicio que estamos prestando más aún en las sugerencias que impartan cada uno de nuestros clientes hacia el producto.

4.4.4. ANÁLISIS FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa promotora del presente proyecto es el siguiente:

FORTALEZAS:

- Ofrecer productos innovadores y de fácil adquisición
- Es una nueva alternativa saludable para los habitantes de la Provincia de Santa Elena.
- El producto se la puede conseguir de acuerdo a las necesidades y gustos de cada cliente.
- La empresa estará ubicada en el cantón de La Libertad, considerado como un lugar estratégico por la influencia turística y su actividad económica.
- Ofrecer diferentes líneas de productos a nuestros clientes.
- Esta dirigidos a varios segmentos de mercados.

OPORTUNIDADES:

- No existe otra entidad similar al servicio que ofreceremos.
- La materia prima es de fácil acceso.
- Aprovechar las campañas de incentivos promovidas por el estado ecuatoriano para mantener una vida saludable.
- Diversidades de frutas son producidas en nuestro país.
- Facilidades de financiamiento otorgados por las entidades financieras para emprender con un nuevo negocio.
- Aprovechar las propiedades de las frutas para crear un producto innovador y saludable.

DEBILIDADES:

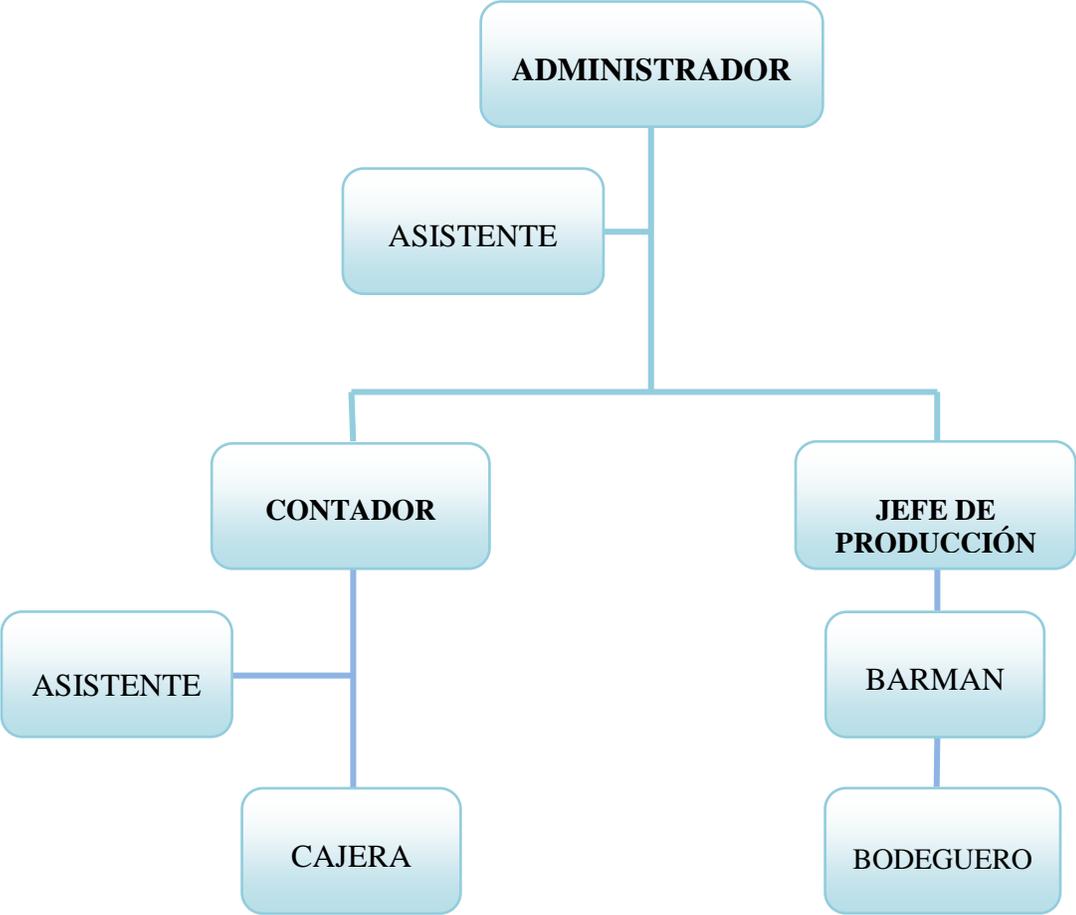
- El personal de la empresa no sea el suficiente para desarrollar las actividades.
- Que se necesite de grandes recursos financieros para ingresar a competir.
- Llegar a depender de un solo proveedor.
- El personal no reúna todos los requisitos que se requiere para cada puesto de trabajo.
- No se cuenta con una infraestructura propia.
- Falta de difusión en la publicidad de la empresa.

AMENAZAS:

- Poca demanda en ciertas épocas del año de nuestros productos.
- Nueva competencia que pueda desarrollar las mismas actividades.
- Inflación que pueda afectar a la economía de los habitantes de la Provincia de Santa Elena.
- Inestabilidad en las políticas gubernamentales.
- Desastres naturales que puedan impedir el acceso de materia prima de temporada.
- Que cierta materia prima solo se producen por temporadas del año.

4.4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

GRÁFICO N° 18
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Elaborado por: Lissette Carreño

4.4.6. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS

CUADRO N° 10 FUNCIONES Y PERFIL DEL

ADMINISTRADOR
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Controla las actividades de administración, elaborando e interpretando las herramientas contables, como: estados financieros, cuadros demostrativos, presupuestos, para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.
FUNCIONES: <ol style="list-style-type: none">1. Realizar el pago de nóminas a los empleados.2. Revisar y verificar los movimientos y registros contables, estados de cuentas, conciliaciones bancarias, cierres de cuentas y balances de comprobación.3. Dirigir, coordinar, gestionar y supervisar, las actividades.4. Llevar registro y control de proveedores5. Proponer e implementar la política de capacitación y desarrollo del recurso Humano.
PERFIL: <ul style="list-style-type: none">• Egresado en la carrera de Administración de empresas o carreras afines.• Edad comprendida entre 25 a 30 años• Estado civil soltero o casado• Experiencia mínima de 1 a 2 años• Conocimientos en:<ul style="list-style-type: none">- Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.- Sistemas operativos- Hoja de cálculos• Habilidades para:<ul style="list-style-type: none">- Mantener relaciones personales- Expresarse en forma oral y escrita de manera clara y precisa.- Realizar cálculos numéricos.

Elaborado por: Lissette Carreño

**CUADRO N° 11
FUNCIONES Y PERFIL DEL**

CONTADOR

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Responsable de validar los registros contables que se generen en forma automática, así como efectuar los registros contables directos que se produzcan en el Proceso Administrativo Financiero, realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales, preparar los estados financieros básicos e informar sobre el comportamiento de los recursos y obligaciones institucionales.

FUNCIONES:

1. Efectuar y validar las partidas de ajustes contables requeridos para efectuar el cierre anual.
2. Mantener debidamente referenciado y completo el archivo de documentación de respaldo contable institucional.
3. Efectuar los análisis financieros respectivos, a ser remitidos a las autoridades institucionales.
4. Efectuar los cierres mensuales y anuales de acuerdo a los plazos establecidos.

PERFIL:

- Título académico de Ing. En Contabilidad o carreras afines
- Edad comprendida entre 25 a 35 años
- Estado civil soltero o casado
- Experiencia un mínimo de dos años en puesto similar
- Conocimientos en :
 - Manejo de paquetes utilitarios: Word, Excel y Power Point
 - Leyes tributarias y fiscales.
 - Código de trabajo.
- Habilidades:
 - Alta capacidad de análisis y de síntesis.
 - Eficiente administración del tiempo.

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 12
FUNCIONES Y PERFIL DEL

JEFE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Planifica, organiza, todos los procesos para la elaboración de las bebidas y porciones de frutas, vigilando que el producto cumpla con todos los estandartes de calidad e higiene establecidos

FUNCIONES:

1. Tratar con el Administrador sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
2. Asignar las funciones y responsabilidades a cada una de las personas de su área, así como las relaciones entre ellas.
3. Supervisar y controlar las actividades de almacenaje de materias primas.
4. Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa

PERFIL:

- Egresado en la carrera de Administración de empresas o carreras afines.
- Edad comprendida entre 25 a 30 años
- Estado civil soltero o casado
- Experiencia previa en puesto inferior o similar en empresa de tamaño parecida o inferior
- Conocimientos en:
 - Sistemas de calidad, de productividad y de medio ambiente.
 - Organización, gestión y conducción de equipos de personas.
 - Dirección de personal y administración de empresas.
- Habilidades para:
 - Mantener relaciones personales
 - Rápido en las decisiones cotidianas.
 - Analítico y reflexivo ante decisiones importantes.

Elaborado por: Lissette Carreño

**CUADRO N° 13
FUNCIONES Y PERFIL DEL**

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Ejecuta los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elabora documentación necesaria, revisa y realiza cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos y garantizar la prestación efectiva del servicio

FUNCIONES:

1. Realizar solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
2. Lleva y mantiene actualizado archivo de la unidad.
3. Atiende e informa al público en general.
4. Hace seguimiento a las órdenes de compras y la recepción de mercancías.
5. Solicita y verifica los soportes demostrativos de los gastos realizados.

PERFIL:

- Egresado en la carrera de Administración de empresas o carreras afines.
- Edad comprendida entre 25 a 30 años
- Estado civil soltero o casado
- Experiencia mínima de 1 a 2 años
- Conocimientos en:
 - El manejo y métodos de oficina.
 - Redacción, ortografía y sintaxis.
 - Los procesos administrativos del área de su competencia.
 - Computación.
- Habilidades para:
 - Tratar en forma cortés al personal de la Institución y público en general.
 - Realizar cálculos numéricos con rapidez y precisión.
 - Tener iniciativa.

Elaborado por: Lissette Carreño

**CUADRO N° 14
FUNCIONES Y PERFIL DEL**

AUXILIAR DE CONTABILIDAD

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la Institución.

FUNCIONES:

1. Recibir, examina, clasifica, y efectúa el registro contable de documentos.
2. Revisar y comparar lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
3. Archivar documentos contables para uso y control interno.
4. Transcribir información contable en un microcomputador.
5. Recibir los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante
6. Participar en la elaboración de inventarios.
7. Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía

PERFIL:

- Egresado en la carrera de Administración de empresas o carreras afines.
- Edad comprendida entre 20 a 30 años
- Estado civil soltero o casado
- Experiencia mínima de 1 a 2 años
- Conocimientos en:
 - Principios de contabilidad.
 - Sistemas operativos, hojas de cálculo.
- Habilidades para:
 - Seguir instrucciones orales y escritas.
 - Comunicarse en forma efectiva tanto de manera oral como escrita.
 - Efectuar cálculos con rapidez y precisión.

Elaborado por: Lissette Carreño

TABLA N° 15
FUNCIONES Y PERFIL DE LA
CAJERA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Recibe, controla, entrega dinero y se encarga de atender con amabilidad al público, deberá manipular programas de cómputo para el manejo y control de una caja.

FUNCIONES:

1. Efectuar el corte de caja” o “arqueo”
2. Recoger el pago del servicio proporcionado.
3. Realizar las funciones del vendedor atendiendo a los clientes, practicando las reglas de cortesía y sociabilidad que fueren necesarias.
4. Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja.
5. Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.

PERFIL:

- Título de bachiller en Administración o Comercialización
- Edad de 18 y 25 años
- Estado civil soltera
- Con o sin Experiencia
- Conocimientos en:
 - Contabilidad

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 16
FUNCIONES Y PERFIL DEL

BODEGUERO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Responder por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación de los elementos entregados bajo custodia y administración, así como el inventario del almacenan según normas actuales, llevando el control del material, equipo y herramienta que se tiene en bodega.

FUNCIONES:

1. Archivar en orden los pedidos del día.
2. Controlar en la entrega y recepción de la mercadería.
3. Velar por el orden de en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código.
4. Revisar o contar la mercadería que tuvieron movimientos durante la semana.
5. Velar por la limpieza de la bodega.
6. Velar porque no hayan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes.

PERFIL:

- Bachiller o estudiante universitario que curse el primer año lectivo en carreras de Administración o Contabilidad.
- Edad de 18 a 25 años
- Estado civil soltero o casado.
- Con o sin Experiencia
- Conocimientos en:
 - Uso de computadora
 - Manejo de inventarios

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 17
FUNCIONES Y PERFIL DEL
BARMAN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Prepara los pedidos efectuados por el cliente, el que mantiene el control y manejo de las herramientas básicas para desarrollar las actividades. Debe reportar cualquier anomalía.

FUNCIONES:

1. Organizar todas las actividades a desarrollar en el Bar.
2. Cuidar de la limpieza del lugar de trabajo y el de los utensilios.
3. Preparar y servir las bebidas solicitadas por el cliente.
4. Realizar los inventarios diarios del bar al comenzar y terminar el turno de trabajo
5. Atender a los clientes con amabilidad y cordialidad. .
6. Controlar el stock de Bar y solicitar su reposición.

PERFIL:

- Título de bachiller en hotelería y turismo.
- Edad de 18 y 25 años
- Estado civil soltero o casado
- Con o sin Experiencia

Elaborado por: Lissette Carreño

4.4.7. SUELDO DEL PERSONAL

La remuneración asignada al personal por el desempeño de su cargo o servicio profesional se estableció considerando el organigrama de la empresa.

Se contará con un administrador, un contador, dos asistentes, un jefe de producción, dos cajeras, cinco operarios y un bodeguero.

CUADRO N° 18
SUELDOS DEL PERSONAL
EN DÓLARES

N° DE PERSONAS	FUNCIONES A DESEMPEÑAR	SUELDO POR EMPLEADO	SUELDO	
			MENSUAL	ANUAL
1	Administrador	920,00	920,00	11040,00
1	Contador	337,81	337,81	4053,75
1	Jefe de producción	338,48	338,48	4061,754
2	Asistentes administrativos	322,16	644,32	7731,84
2	Cajeras	321,84	643,68	7724,16
6	Operarios	321,84	1931,04	23172,48
1	Bodeguero	322,16	322,16	3865,92
14	Total	\$ 2.884,29	\$ 5.137,49	\$ 61.649,90

Elaborado por: Lissette Carreño

4.4.8. DESARROLLO DEL PERSONAL

La capacitación dentro de la empresa es muy importante, de esta manera permitirá al personal a mejorar en el desarrollo de sus actividades, y a tener un sentido de pertinencia con la organización. Para que el personal se sienta seguro en su puesto de trabajo la empresa de Delicious Fruit, desarrollará un programa de capacitación por un periodo a corto plazo, con la finalidad de instruir en lo que respecta a calidad de producción, atención al cliente, seguridad e higiene y a la manipulación de los recursos con los que contamos. Para poder ofrecer un servicio de calidad, y reflejar ante nuestros clientes una buena imagen corporativa. Este periodo de capacitación, tiene la duración de 3 días y tres horas, con un tiempo de prueba de 15 días. Se tomarán en cuenta ciertas características como:

- Se trasladará a otro lugar para realizar la capacitación de funciones básicas de la empresa, seguridad e higiene y de atención al cliente como: en la sala de eventos del museo de los Amantes del Sumpa.
- La capacitación de manejo, manipulación de las herramientas de trabajo así como el del proceso de producción se desarrollará en el área de producción de la empresa. Se contratará con un especialista en nutrición.
- La capacitación será recibida 15 días antes de que el personal elegido entre a laborar a la empresa.

Se ejecutará la técnica de conferencias, videos y prácticas, mediante la cual nos permitirá proporcionar conocimientos de manera rápida y sencilla al grupo de nuestros colaboradores. El programa de capacitación que se utilizará es el siguiente:

CUADRO N° 19

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y DESRROLLO AL PERSONAL DE LA EMPRESA DE “DELICIOUS FRUIT”		
N° DE PERSONAS A CAPACITARSE: 9 Colaboradores		
UNIDAD DE CAPACITACIÓN	TIPO DE CAPACITACIÓN	COSTO
Barman, Cajera, Bodeguero.	Se enseñaran las funciones básicas de la empresa, sus funciones y equipos. El jefe de producción se encargara del adiestramiento. Se capacitaran en temas de seguridad e higiene, como es una empresa alimenticia se deberá tener cuidado en el aseo tanto personal y lugar de trabajo para reflejar en los clientes una buena imagen.	Se estima que el adiestramiento llevará un día y el costo es solo un sueldo del trabajador.
Barman y Bodeguero	Se deberá adiestrar al barman sobre el uso de cada uno de los utensilios y como manipular muy bien los alimentos en el proceso de producción para otorgar así un producto de calidad al cliente.	El costo para contratar a un especialista en nutrición está entre \$ 40,00 y 50,00 dólares la hora. Esta capacitación durará dos jornadas de trabajo.
Barman y cajero (a)	Como estos dos departamentos serán quienes van a mantener un contacto directo con el usuario se les otorgarán capacitaciones de atención al cliente, para que puedan dar un buen trato y una excelente atención. El administrador realizará la capacitación.	Toma tres horas la capacitación. El costo solo será el sueldo del trabajador.

Elaborado por: Lissette Carreño

4.4.9. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El desarrollo del recurso humano es fundamental para el éxito de la empresa, esto será posible solamente si se cuenta con un personal eficiente y eficaz, mediante un continuo desarrollo que mejore sus habilidades y capacidades, con el fin de proveer servicios ágiles y de calidad a los usuarios de la institución.

Una parte importante del desarrollo del personal, es el sistema de evaluación del desempeño, el cual le servirá a cada trabajador de la empresa como guía para determinar oportunidades de mejoras. Esta actividad se realizará por lo menos dos veces al año.

El modelo de evaluación contendrá objetivos, importancia de apreciar al personal, instrucciones para el uso y aplicación del formulario, así como las políticas que servirán como guía al momento de medir el rendimiento al personal. El formato de evaluación contiene una serie de factores, los cuales fueron elegidos basándose en la necesidad de la institución y se considera que ayudará a la empresa de Delicious Fruit a ser más eficiente; por eso es necesario desarrollar un perfil acorde a las necesidades del entorno para que puedan adaptarse a los cambios y modernización que se enfrentan en la actualidad, de esta manera brindar un excelente servicio a los usuarios.

OBJETIVOS DEL MODELO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Objetivo General:

Establecer un sistema de evaluación formal y metodológica, que sirva como herramienta para evaluar al personal de la empresa Delicious Fruit.

Objetivos Específicos:

1. Establecer los criterios de evaluación más apropiados.
2. Detectar conocimientos, habilidades y actitudes mediante la evaluación de desempeño para potenciales promociones.
3. Identificar necesidades de capacitación y retroalimentación en las unidades de la empresa que lo requieran.

Importancia

La Evaluación de Desempeño es importante porque muestra una apreciación sistemática del desempeño de cada persona en el cargo o de potencial de desarrollo futuro. La creación de un sistema de evaluación del desempeño, permitirá a la empresa, fortalecer su administración mediante una herramienta metodológica que ayude a potenciar el desarrollo de su personal a corto, mediano y largo plazo. Así como establecer lineamientos para tener un efectivo sistema de reclutamiento y selección de empleados, todo lo anterior con el fin de mejorar el rendimiento laboral de los trabajadores y brindar un eficiente servicio al cliente.

Ámbito de Aplicación del Modelo de Evaluación.

El campo de acción del modelo de evaluación comprenderá al personal de caja, bar y bodega.

Políticas de Evaluación

- 1) Cada jefe inmediato deberá evaluar con objetividad y honestidad a sus subalternos.
- 2) El evaluador debe dar a conocer los criterios a evaluar.
- 3) La Evaluación debe realizarse frente al evaluado con el propósito de evitar imparcialidades.
- 4) La información obtenida de la evaluación debe ser confidencial y de uso exclusivo del personal de Administración.
- 5) El evaluador debe ser responsable para la evaluación, y hacer uso de la ética profesional, para diferenciar la responsabilidad laboral y la relación personal.
- 6) El evaluador y evaluado deberán firmar el documento impreso de la evaluación practicada.
- 7) La retroalimentación debe hacerse con base a los resultados obtenidos en la evaluación y no con base a supuestos.
- 8) La retroalimentación debe hacerse en el periodo estipulado por la Administración.
- 9) La empresa deberá desarrollar un programa de incentivos laborales tomando en cuenta los siguientes aspectos: por merito o desempeño laboral.

10) Los incentivos laborales deben estar sujetos a los resultados obtenidos en la evaluación practicada a los servidores municipales.

Perfil del Personal

El perfil consta de factores y criterios necesarios para llevar a cabo sus responsabilidades de trabajo, los cuales son básicos para mejorar el servicio que se brinda a los usuarios.

Perfil Definido

- Conocimiento del Trabajo
- Calidad del Trabajo
- Eficiencia / Productividad
- Actitud e Iniciativa
- Atención al Cliente y Responsabilidad
- Solución de Problemas
- Planificación y Organización del Trabajo
- Toma de Decisiones
- Liderazgo y Trabajo en Equipo
- Entrenamiento y Capacitación del Personal

Medidas correctivas para desempeño deficiente

- ✓ Si posterior a la evaluación del desempeño, los resultados reflejan que de una a tres personas tienen deficiencias laborales, se realizará la técnica de retroalimentación personalizada, la cual consiste en que el jefe inmediato de los colaboradores, deberá brindar la retroalimentación respectivas de las funciones del puesto de trabajo.
- ✓ Si en los resultados obtenidos, se encuentran debilidades laborales en cuatro a 6 empleados, se efectuarán talleres internos de retroalimentación de funciones, en jornadas de cuatro a ocho horas.
- ✓ Si llevada a cabo la evaluación del desempeño, se encontrarán más de 7 empleados con deficiencias laborales generales o de similitud, ejecutar capacitaciones en las áreas que requieren refuerzos, en jornadas coordinadas de ocho horas o según se estime conveniente, en lugares apropiados para este tipo de actividades, se contratará a un especialista en el área a capacitar.

Elementos de reconocimiento o incentivos por buen desempeño

- ✓ Después de efectuada la evaluación del desempeño, los trabajadores que se encuentren en el rango de calificación promedio, se puede estimular con una felicitación verbal o felicitación personal, haciendo énfasis en la mejora continua.

- ✓ Los trabajadores con calificación sobresalientes o que se encuentren en un rango alto en la evaluación realizada, se podrá obsequiarles un diploma de reconocimiento al mérito, tomarlos en consideración para posibles ascensos, estimularlos con gratificaciones económicas mediante un bono monetario, según las posibilidades económicas de la empresa.

- ✓ Al empleado sobresaliente con la más alta calificación establecida en el formato de evaluación del desempeño, además de recibir los beneficios establecidos en numeral anterior, podrá ser nominado “Empleado Ejemplar del semestre”.

Escala de notas

**CUADRO N° 20
ESCALA DE CALIFICACIONES**

Entrenamiento y Capacitación de su Personal	Valor en Puntos
No Satisface	1
Pocas Veces	2
Frecuentemente	3
Excede lo esperado	4
Sobresaliente	5

Elaborado por: Lisette Carreño

Tabla de rangos y puntajes de evaluación

**CUADRO N° 21
ESCALA DE NOTAS**

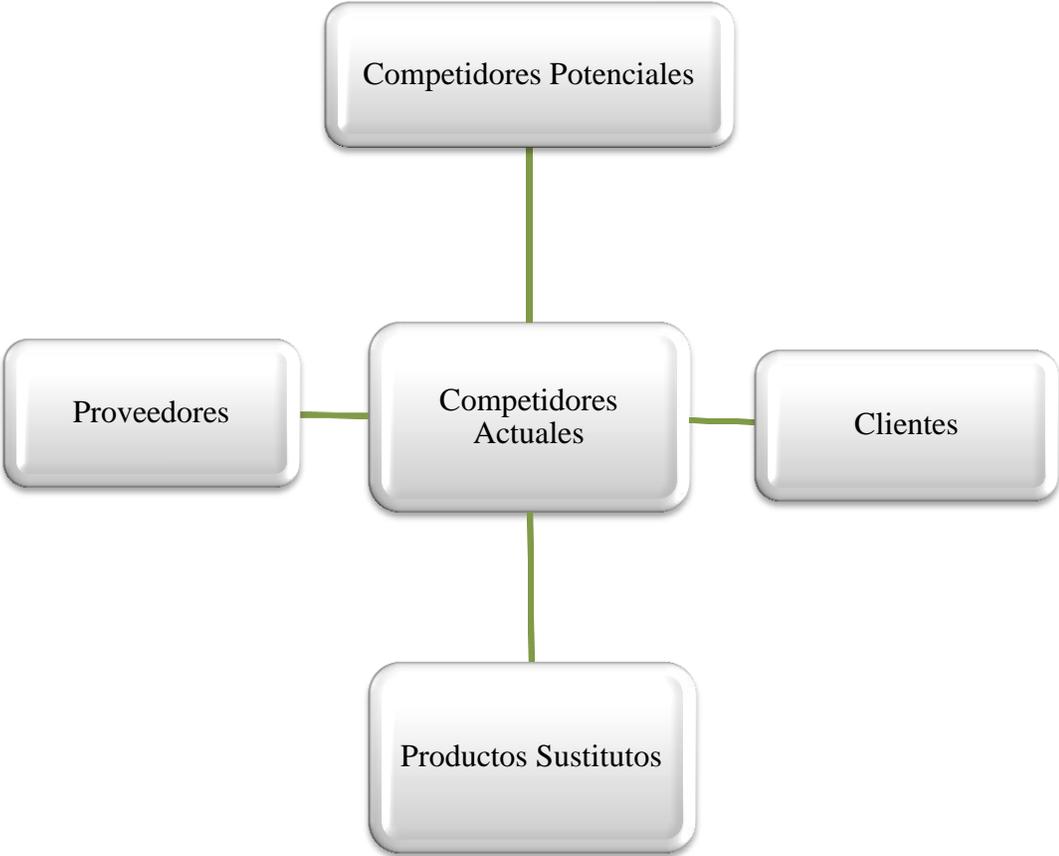
Escala de Puntos:		Calificación
De 45 a 66 puntos	= No satisfactorio	Bajo
De 67 a 77 puntos	= Necesita mejorar.	
De 87 a 97 puntos	= Cumple los requerimientos de trabajo	Promedio
De 107 a 117 puntos	= Cumple y excede los requerimientos del puesto	
De 127 a 137 puntos	= Sobresaliente.	Alto

Elaborado por: Lisette Carreño

4.4.10. FUERZAS DE PORTER

GRÁFICO N° 19

MATRIZ DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



Elaborado por: Lissette Carreño

- ✧ **Clientes:** Serán clientes los habitantes comprendidas desde los 10 años en adelante, considerando solo a la población económicamente activa debido a que este es el segmento de mercado que se ha escogido para el lanzamiento de los productos a base de frutas.

Se ha escogido a este grupo de habitantes porque se quiere mejorar las condiciones de la población en cuanto a la alimentación, ya que estas personas al no contar con el tiempo suficiente de poder preparar un desayuno balanceado por su estilo de vida reducido como el de los estudiantes y personas que trabajan, sufren enfermedades como la obesidad y otras que se producen por no tener una adecuada alimentación.

La relación con estos clientes se predice que sea satisfactoria, debido a que se va a brindar un nuevo concepto en “comida rápida” con un estilo saludable y 100% natural, Este proyecto brindará opciones alimenticias para las personas que buscan mejorar su salud.

- ✧ **Proveedores:** Tendremos proveedores de frutas frescas, que serán aquellos que abastecen al mercado local del cantón La Libertad como los comerciantes mayoristas, las frutas tropicales que serán los agricultores del cantón Santa Elena que han sembrado las diferentes variedades de frutas que se utilizarán en el proyecto. Contamos también con supermercados de ventas a granel como el Paseo Shopping La Península y Supermaxi y la empresa de plásticos Plastydes.

La relación con estos proveedores se incrementará con el paso del tiempo ya que si los jugos, batidos y porciones de frutas son aceptados como una alternativa saludable la demanda incrementará y se necesitará de un constante contacto con los proveedores de frutas para su comercialización.

- ✧ **Competencia:** La competencia más cercana en la producción de jugos batidos y porciones de frutas son los negocios que venden estos productos, muchos de ellos no representan una mayor competencia debido a que algunos de sus productos no cuentan con las características específicas que requiere el consumidor como: precio, cantidad adecuada y las combinaciones necesarias para que el producto sea nutritivo, de los cuales no se encuentran en el mismo lugar en donde se quiere incursionar con el negocio.

- ✧ **Competencia Potencial:** Aquellos negocios que, estando o no dentro de alimentos saludables, no han tenido productos exclusivamente para mejorar la calidad de vida de los habitantes, y podrían empezar a producir jugos, batidos y porciones de frutas dirigida a este segmento.

- ✧ **Productos sustitutos:** Entre los productos que se pueden considerar como sustitutos de los jugos son aquellos que son elaborados de néctar de la fruta como: Deli, Sunny, Frutal, Pulping, Cifrut, etc. Que están dirigidos más a los jóvenes y adultos.

4.5. MARKETING MIX.

Es una de las estrategias donde se utiliza las cuatro variables controlables, Producto, Precio, Plaza y Promoción, con las cuales se determinará el lugar más apropiado para comercializar los productos, así mismo se determinará el precio con el cual se logrará un buen posicionamiento en el mercado y la publicidad que se debe hacer.

4.5.1. PRODUCTO

Los productos principales a ofrecer serán jugos (antioxidantes, desintoxicantes), batidos (Energizantes) y porciones de frutas 100% naturales, elaborados a base de frutas frescas asimismo se la procesará para ser consumida, no se recurrirá a concentrados ni a pulpas con opciones de endulzantes como: azúcar morena, miel o panela. El cliente podrá adquirir el producto acorde a sus necesidades, gustos y preferencias, el tiempo de entrega será al momento, ya que la actividad del negocio es de comida rápida y por lo tanto este servicio tendrá que ser lo más eficiente porque todos los productos a ofrecer serán preparados a la orden.

4.5.1.1. MARCA

GRÁFICO N° 20
MARCA DEL PRODUCTO



Elaborado por: Lisette Carreño

4.5.1.2.ENVASES

Un aspecto importante del marketing es el envase, dentro de este aspecto se encuentra la marca. Para su presentación y manipulación se utilizarán envases de plásticos adecuados para proteger el contenido del producto, para las bebidas serán vasos cristal con tapa domo y para las ensaladas de frutas bandejas transparentes con el logo de la empresa.

En presentaciones de:

- ✧ Bebidas de 16 oz
- ✧ Ensaladas de frutas de 250 gr.

GRÁFICO N° 21 ENVASES DE LOS PRODUCTOS

BEBIDAS



ENSALADA DE FRUTAS



Elaborado por: Lissette Carreño

4.5.2. PRECIO

La determinación de precios de los productos en especial si estos son nuevos en el mercado es de vital importancia ya que este influye en la decisión de compra del consumidor, fue la principal variable que se consideró en la investigación de mercado. Según los resultados obtenidos la investigación nos demuestra que el precio que el mercado está dispuesto a pagar en las bebidas hasta \$2,00 y en las ensaladas de frutas hasta \$2,99 ctvs. Pero los precios van a variar de acuerdo al costo de producción de cada producto.

CUADRO N° 22
PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTOS	PRECIOS
JUGOS	
ANTIOXIDANTES	
NAPIFRUT	\$ 1,25
MANPIÑA	\$ 1,35
TROPIC FRUIT	\$ 1,25
NALIMAN	\$ 1,30
DESINTOXICANTES	
LINAPE	\$ 1,50
TORIPÍÑA	\$ 1,25
FRESH	\$ 1,35
BATIDOS	
ENERGIZANTES	
BATIENERGY	\$ 2,00
FRUNAGUI	\$ 1,30
PIÑAMIEL	\$ 2,25
ALMECOCO	\$ 2,80
ENSALADAS DE FRUTAS	
GUINBERRY	\$ 1,61
PRIMAVERA	\$ 2,80
FRUTAMANIA	\$ 3,00

Elaborado por: Lissette Carreño

4.5.3. PLAZA

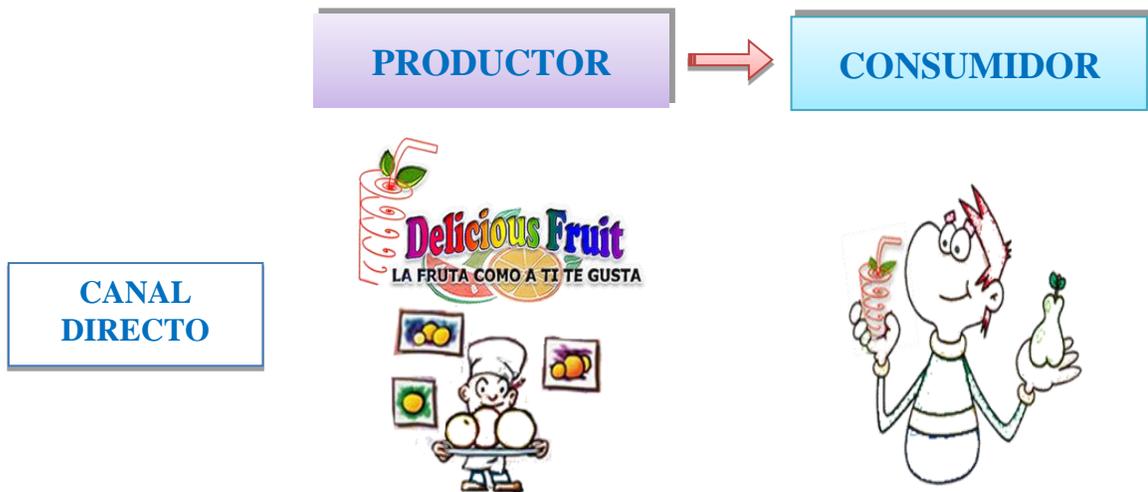
4.5.3.1. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

El canal de distribución que escogeremos para que los productos lleguen al cliente es el **canal directo**, no vamos contar con ningún intermediario porque se producirá a la orden para su consumo inmediato.

Las ventas van hacer directamente del fabricante al consumidor final.

GRÁFICO N° 22

CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Lissette Carreño

4.5.4. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

4.5.4.1. PUBLICIDAD

Una comunicación fuerte e impersonal es la publicidad en la cual se identifica claramente el producto ofrecido y sus especificaciones. Para que las personas se enteren de la existencia de la empresa se implementará varias actividades una de ellas serán:

CUADRO N° 23
PUBLICIDAD

TIPO DE PÚBLICIDAD	CARACTERÍSTICAS
<ul style="list-style-type: none">• HOJAS VOLANTES• TRÍPTICOS• CUÑAS RADIALES• BANNERS• PERIÓDICOS• TARJETAS DE PRESENTACIÓN• VALLAS PUBLICITARIAS• TELEVISIÓN	<ul style="list-style-type: none">- Logotipo de la empresa.- Descripción e imagen de los productos a ofrecer.- Recaltar los beneficios del producto.- Frase de bienvenida para motivar a los posibles consumidores a que nos visiten.- Destacar la importancia del consumo de frutas.- Dirección y croquis de la ubicación de la empresa.- Número de teléfono para atender al cliente.- Dirección de página web y correo electrónico.- Hora y días de atención.- Nombre de la persona para contactar el servicio.- Diseños y colores para captar la atención del cliente.

Elaborado por: Lissette Carreño

Durante los dos primeros años se realizará una publicidad agresiva para captar clientes, el presupuesto bajará porque se presume que ya estaremos posesionados en el mercado. Los medios que se consideraron apropiados para la publicidad de los productos son los siguientes:

Radio: se pautarán de 8 cuñas diarias, con un costo de \$167,00 mensual; estas cuñas serán transmitidas en las dos emisoras más selectas por los habitantes en la provincia de Santa Elena radio Amor de 9.00, 10.00, 11.00, 12.00 a.m. y Antena 3 desde las 14:00, 15:00, 16:00 hasta las 18:00 pm. de lunes a viernes.

Prensa: Los anuncios de prensa, se los va a realizar por 20 días cada mes, aprovechando las promociones emitidas por esta prensa a un costo de \$203 más IVA en el periódico “El Súper”, las personas que conforman nuestro segmento de mercado leen muy seguido por que publica información de los acontecimiento a nivel local.

Medios publicitarios: Se efectuarán menciones de publicidad en vallas led en la empresa At. Publicidad, ubicadas en la av. Doceava Plaza La Libertad y la otra por el Paseo Shopping la Península. Por el cual se anunciarán en las dos pantallas los meses de: noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo y abril, del año, según datos del Ministerio de Turismo, 2010. Consideradas como temporadas altas por la influencia de personas nacionales y extranjeras, y el resto del mes en una sola pantalla. Se efectuaran 200 veces al día a un costo de \$500 trimestrales C/P.

Televisión: Se transmitirán de lunes a viernes en horarios de 4 a 5 pm por un valor de \$ 490.00 trimestrales. Por el canal de Brisa T.V.

El resto de publicidad como trípticos, banners, tarjetas de presentación será confeccionada en la serigrafía Menoscal. Para este tipo de publicidad solo se acudiría a ellos cada semestre para diseñar nuevos anuncios.

4.4.4.2. PROMOCIÓN DE VENTAS

La manera adecuada de incentivar a los clientes para que se interesen en el producto es a través de las promociones que se le brindará al cliente.

- Una de las características que se estableció en la encuesta y por la que la población objetiva prefiere son los dominados “**Martes 2x1**”; por la compra de una ensaladas de frutas lleva gratis una bebida de 8oz. Esta estrategia se la aplicará en los meses comprendido desde mayo hasta octubre de cada año, por considerarse meses de poca actividad económica.

4.5.5. ESTRATEGIAS DE VENTAS

Las estrategias de venta nos ayudarán a cumplir con nuestras metas de posicionamiento en el mercado para darnos a conocer. Por este motivo la empresa ha considerado 2 estrategias indispensables para cumplir con lo que se ha propuesto.

- ✧ **Ofrecer servicio express a domicilio y a instituciones.-** Brindar las facilidades al cliente de poder acceder al producto, otorgando comodidad y satisfacción al consumidor.
- ✧ **Trabajar con frutas de temporada.-** Modificar la carta de pedidos acorde a las épocas de producción de cada fruta de esta manera podemos ofrecer variedad al cliente.

4.6. ESTUDIO TÉCNICO

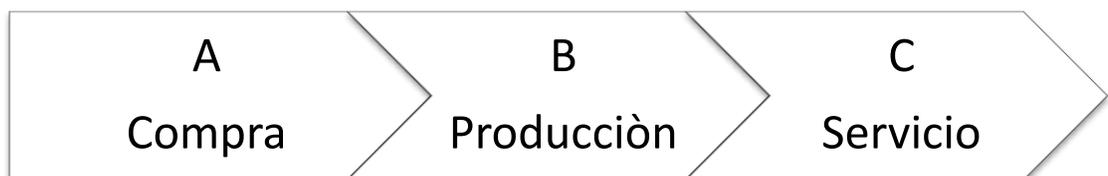
Con el estudio técnico se procedió a describir lo que se requerirá en la organización como: el proceso productivo, el análisis y selección de los equipos necesarios, como la tecnología, la distribución física de los equipos en la planta, la propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas y cada una de las áreas que formará la empresa.

4.6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

Las actividades a desarrollarse en Delicious Fruit están compuestas por una serie de insumos que se transforman en productos listos para el consumo humano, en el cual intervienen diferentes actividades para su elaboración.

Mediante la cadena de valor se define todo el proceso y las actividades principales de la empresa. Se dividen en tres procesos.

GRÁFICO N° 24
PROCESOS DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: Lissette Carreño

PROCESO DE PRODUCCIÓN.

- a) El primer proceso empieza cuando se contacta a los proveedores para hacer el pedido o se recurrirá a visitar a los diferentes supermercados o mercados para obtener las frutas que se necesitan. Una vez obtenidas las materias primas, se procede al lavado y desinfectado para su almacenaje en los refrigeradores de la bodega. Luego se pondrá en stock del bar las frutas no perecederas en las respectivas perchas y las perecederas serán cortadas y refrigeradas.

- b) El segundo proceso inicia cuando el cliente haya seleccionado el producto, el barman tendrá que preparar el pedido. En el caso de los jugos y batidos deberá llevar las frutas para su proceso de licuado. En cuanto a las porciones deberá seleccionar las frutas que correspondan al producto para ser cortadas y colocadas en el respectivo envase.

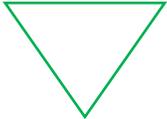
Una vez mezclado todos los elementos del producto el barman lo filtrará para poder servirlo en el vaso. En las porciones únicamente deberá seleccionar las frutas y aderezos hacia el contenido o bandeja para poder entregar el producto al cliente según el pedido.

- c) El tercer paso es el de servicio, primero el cliente llega a la barra de donde ordena el producto de su preferencia, después se cobra el precio y espera su pedido. Consecuentemente se le comunica al barman para que prepare la orden. Una vez elaborado el producto se entrega el pedido al cliente.

4.6.2. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.

El diagrama de flujo de proceso de producción es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica, cuya simbología básica más común es la siguiente:

CUADRO N° 24
SIMBOLOGIA DE PROCESOS

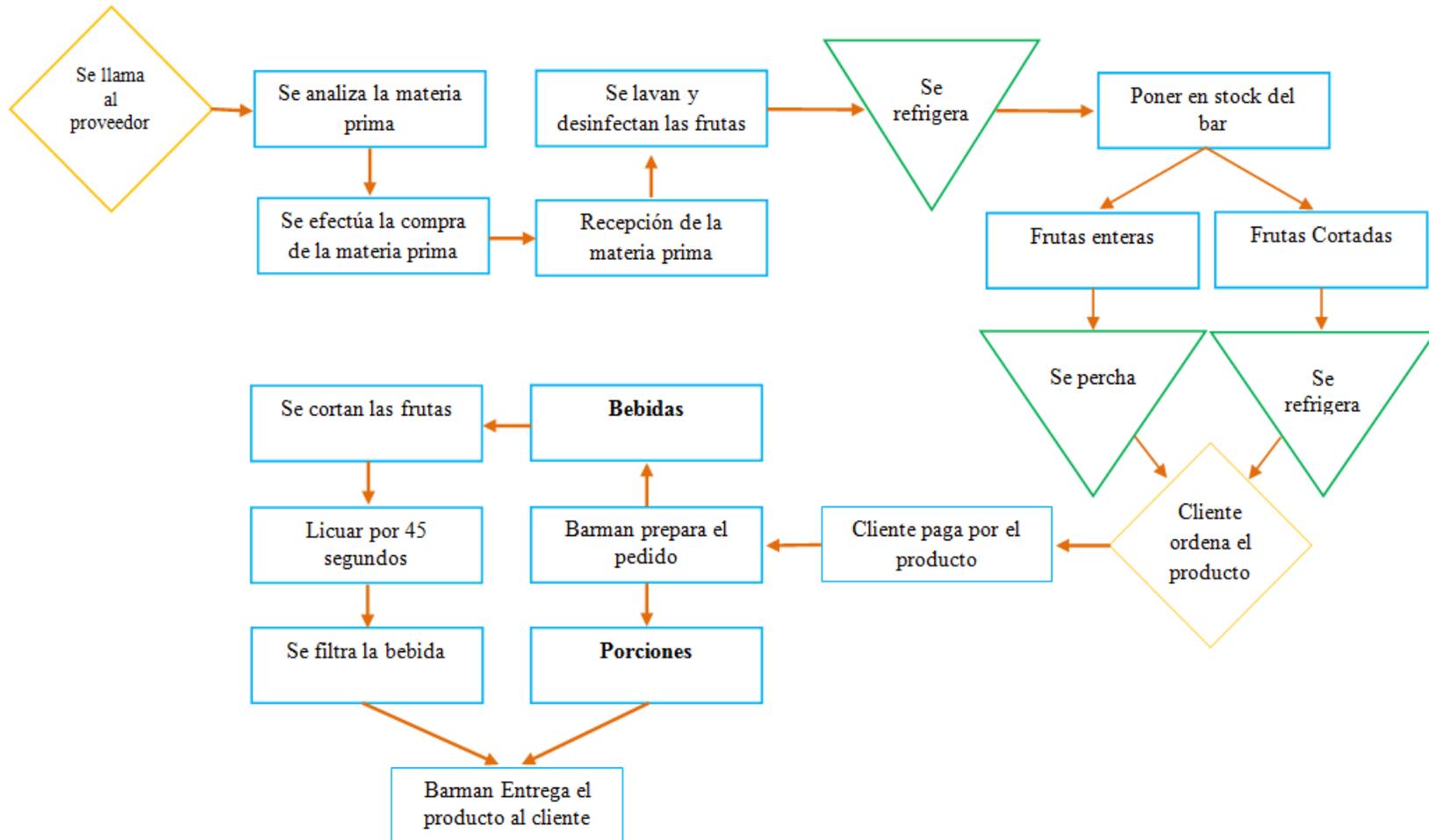
SIMBOLOGIA	PROCESO	DEFINICIÓN
	Actividades	Cualquier actividad que de cómo resultado un cambio físico o químico en un producto o componente del mismo.
	Toma de decisiones	Acciones para ejecutar alguna actividad.
	Almacenamiento	Mantener la materia prima en refrigeración.
	Flujo	Cualquier movimiento que no sea parte integral de una operación o inspección.

Elaborado por: Lissette Carreño



GRÁFICO N° 25

Diagrama de Flujo de Procesos Delicious Fruit



4.6.3. UBICACIÓN DEL NEGOCIO

Según los resultados de las encuestas los posibles consumidores establecieron que la empresa Delicious Fruit se encuentre ubicada en el cantón La Libertad, se accede a él porque es considerando que el poder adquisitivo de este mercado es alto y nos brinda el potencial para emprender con nuevas ideas de negocios, gracias a su nivel económico y porque constantemente es un área estratégica por su afluencia turística.

4.6.4. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Se dedicará a la elaboración de productos a base de futas, será una empresa anónima y estará integrada por 14 trabajadores, deberá mantener un nivel de ventas a\$277.526,60 dólares y 150.936 unidades anuales.

Según estimaciones del proyecto se incrementará la demanda en 1% y 2 %, en un periodo de cinco años considerando como principal producto los jugos, seguido de los batidos y porciones de frutas como se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 25
TAMAÑO DE LA EMPRESA EN UNIDADES

Demanda por producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
JUGOS	69479	73339	81058	81058	81058
BATIDOS	47916	50578	55902	55902	55902
PORCIONES DE FRUTAS	33541	35405	39132	39132	39132
Total	150936	159322	176092	176092	176092

Elaborado por: Lissette Carreño

4.6.5. COSTO DE INVERSIÓN

4.6.5.1. INVERSION

Se entiende como inversión inicial aquel monto que se requiere para adquirir los factores de producción, y poner en marcha el funcionamiento de la empresa. Las inversiones en activos tangibles son todas aquellas que se realizan en los bienes que servirán de apoyo a la operación normal del proyecto.

El capital de trabajo comprende aquella cantidad que se requerirá para poner en marcha la empresa durante los primeros meses. Esta asciende a USD 63.211,40 y también se incluye en el monto de la inversión inicial.

A continuación, se muestra las inversiones en activos fijos de la empresa en el primer período:

4.6.5.2. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

✧ Maquinaria y equipo

CUADRO N° 26
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

ARTÍCULO	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
Frigorífico	2	2600	\$5.200
Licadoras Industriales	5	455	\$2.275
Exprimidor Industrial	3	216	\$ 648
Extractor Industrial	2	700	\$1.400
Congelador para ensaladas de frutas	2	1300	\$2.600
TOTAL			\$12.123

Elaborado por: Lissette Carreño.

✧ Muebles y Enseres

**CUADRO N° 27
MUEBLES Y ENSERES**

ARTICULO	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
Archivadores	3	\$180	\$540
Escritorio	5	\$190,	\$950
Silla de escritorio	5	\$80,44	\$402,2
Aire Acondicionado	2	\$650	\$1300
Repisa	2	\$120	\$240
Mesas y sillas de bar	6	\$150	\$900
Sillas de bar	3	\$46	\$138
TOTAL			\$4470,20

Elaborado por: Lissette Carreño

✧ Equipo de Computación

**CUADRO N° 28
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

ARTÍCULO	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
Equipo de computo	5	\$350	\$1.750
Impresora	2	\$175	\$ 350
TOTAL			\$2.100

Elaborado por: Lissette Carreño

✧ Equipos de Oficina

**CUADRO N° 29
EQUIPOS DE OFICINA**

ARTICULO	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
Máquina. Registradora	2	\$400	\$ 800
Teléfonos	2	\$116	\$ 232
TOTAL			\$ 1.032

Elaborado por: Lissette Carreño

4.6.5.3. INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

✓ **Inversión en permisos**

Como parte de los requisitos para la instalación de la empresa, están los permisos legales cuyos costos son:

**CUADRO N° 30
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

GASTOS PREOPERATIVOS	TOTAL \$
Registro mercantil	800,00
Permiso municipal	53,00
Permiso de salud	5,00
Certificado del cuerpo de bomberos	42,00
Registro Sanitario	213,04
Permiso de afiliación al minis. de turismo	15,00
TOTAL	\$1.128,04

Elaborado por: Lissette Carreño.

✓ **Inversión en Publicidad y Promoción.**

Con el objetivo de entrar en el mercado y posicionarse en él, se deberá invertir en publicidad. Esta inversión se realizará durante los 5 años y de una manera extensiva durante los 2 primeros años, tal cual se detalló en el capítulo 4 incluirá hojas volantes, trípticos, tarjetas de presentación, cuñas radiales, banners, vallas publicitarias, anuncios en periódico, periódicos y televisión. También se deberá invertir en promociones y el servicio a domicilio que se otorgará a los posibles clientes.

CUADRO N° 31
INVERSIÓN EN PÚBLICIDAD
EXPRESADO EN DOLARES

PUBLICIDAD Y PROMOCION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
RADIO	2.000,00	2.000,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
HOJAS VOLANTES Y TARJETAS DE PRESENTACIÓN	600,00	600,00	300,00	300,00	300,00
BANNERS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	105,00
PERIODICOS	2.729,00	2.729,00	1.364,50	1.364,50	1.364,50
TELEVISIÓN	1.960,00	1.960,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
VALLAS PUBLICITARIAS (LED)	1.800,00	1.800,00	900,00	900,00	900,00
PROMOCIONES	1.320,00	1.320,00	1.500,00	1.500,00	2.000,00
SERV. A DOMICILIO	1.411,00	1.700,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
TOTAL	12.820,00	13.109,00	9.564,50	9.564,50	9.169,50

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.6.5.4. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

En el siguiente cuadro se detalla el cronograma de inversiones para el presente proyecto.

CUADRO N° 32
CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

INVERSIONES	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
EQUIPO DE OFICINA				966,00		
EQUIPO DE COMP				1.107,00		
MAQUINARIAS				10.302,00		
TOTAL				\$12.376,00		

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.6.6. COSTOS DIRECTOS

4.6.6.1. MATERIALES DIRECTOS

Este detalle se lo expone en el siguiente cuadro, el mismo que incluye el consumo de la materia prima necesaria para la elaboración de 160 onzas de jugos, batidos y 250 gramos de ensaladas de frutas, de acuerdo al precio promedio de estos productos, establecidos por la libre oferta y demanda del mercado.

Para el primer año, se estima que el costo en materia prima en jugos será de \$40615,45; en batidos \$39182,35 y ensaladas de frutas \$38357,39 tal como se observa en el siguiente cuadro. Esto suma un gasto anual de \$118155,20 en materia prima.

CUADRO N° 33
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA
EXPRESADO EN DÓLARES

PRODUCTOS	AÑO				
JUGOS	1	2	3	4	5
ANTIOXIDANTES					
NAPIFRUT	5477,47	5781,77	6390,38	6390,38	6390,38
MANPIÑA	6044,64	6380,45	7052,08	7052,08	7052,08
TROPIC FRUIT	5325,04	5620,88	6212,55	6212,55	6212,55
NALIMAN	5664,16	5978,84	6608,19	6608,19	6608,19
DESINTOXICANTES					
LINAPE	6643,48	7012,56	7750,73	7750,73	7750,73
TORIPÍÑA	5482,19	5786,76	6395,89	6395,89	6395,89
FRESH	5978,47	6310,61	6974,88	6974,88	6974,88
TOTAL	40615,45	42871,87	47384,70	47384,70	47384,70
BATIDOS					
ENERGIZANTES					
BATIENERGY	10154,66	10718,81	11847,10	11847,10	11847,10
FRUNAGUI	6037,45	6372,87	7043,70	7043,70	7043,70
PIÑAMIEL	10769,19	11367,47	12564,05	12564,05	12564,05
ALMECOCO	12221,05	12900,00	14257,89	14257,89	14257,89
TOTAL	39182,35	41359,15	45712,74	45712,74	45712,74
ENSALADAS DE FRUTAS					
GUINBERRY	8554,66	9029,91	9980,43	9980,43	9980,43
PRIMAVERA	14731,20	15549,60	17186,40	17186,40	17186,40
FRUTAMANIA	15071,54	15908,85	17583,46	17583,46	17583,46
TOTAL	38357,39	40488,36	44750,29	44750,29	44750,29
TOTAL GENERAL	118155,20	124719,37	137847,73	137847,73	137847,73

Elaborado por: Lisette Carreño.

4.6.6.2. REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Se ha realizado un cálculo de requerimiento de personal de 14 plazas de trabajo, entre obreros y mano de obra especializada. Este número ha sido determinado como óptimo para una empresa de nuestro tamaño. A continuación, se detalla el gasto y anual que se tendrá en mano de obra durante el primer año de operación.

CUADRO N° 34
GASTOS POR SUELDOS Y BENEFICIOS DE LEY
EXPRESADO EN DÓLARES

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO POR EMPLEADO	SUELDO	
			MENSUAL	ANUAL
Mano de obra directa				
Operarios	6	321,84	1931,04	23.172,48
Mano de obra indirecta				
Administrador	1	920,00	920,00	11040
Asistentes Adm.	1	322,16	322,16	3865,92
Contador	1	337,81	337,81	4053,75
Auxiliar Contable	1	322,16	322,16	3865,92
Jefe de producción	1	338,48	338,48	4061,75
Cajeras	2	321,84	643,68	7724,16
Bodeguero	1	322,16	322,16	3865,92
TOTAL SUELDOS		2.884,61	5.137,49	61.649,90
BENEFICIOS DE LEY				
Vacaciones			214,06	2568,75
Aporte al IESS personal	9,35%		480,36	5764,27
Aporte Patronal	12,15%		624,21	7490,46
Décimo Tercero			428,12	5137,49
Décimo Cuarto			340,67	4088
TOTAL DE BENEFICIOS DE LEY			2087,41	25048,97
TOTAL DE SUELDOS Y BEBEFICIOS DE LEY			7.224,91	86.698,87

Elaborado por: Lissette Carreño.

A partir del segundo año, el gasto en sueldos aumentará porque en ese año se incrementará la capacidad productiva de la empresa y por ende se contratará más mano de obra.

4.6.6.3. COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

CUADRO N° 35
COSTOS GENERALES DE FABRICACION

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	23.172,48	27.874,56	36.918,72	42.220,80	43.420,80
Suministros y materiales	204,00	215,16	226,93	239,34	252,43
Energía eléctrica	336,00	354,38	373,76	394,21	415,77
Agua potable	180,00	189,85	200,23	211,18	222,73
Telefonía	96,00	101,25	106,79	112,63	118,79
Internet	120,00	126,56	133,49	140,79	148,49
Mantenimiento y reparación	1.840,00	1.940,65	6.596,80	6.957,65	7.338,23
Depreciación de activos fijos	1.212,30	1.212,30	2.242,53	2.242,53	2.242,53
Beneficios sociales	4.827,60	8.130,08	10.767,96	12.314,40	12.664,40
Aportes patronales	2.815,46	3.386,76	4.485,62	5.129,83	5.275,63
Materiales de limpieza	311,51	328,55	346,52	365,48	385,47
Utilitaria de cocina	178,39	188,15	198,44	209,29	220,74
Transporte	420,00	442,97	467,20	492,76	519,71
Arriendo	3.360,00	3.543,79	3.737,64	3.942,09	4.157,72
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	39.073,74	48.035,01	66.802,64	74.972,97	77.383,45

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.6.6.4. DEPRECIACIONES Y MANTENIMIENTOS.

Los valores correspondientes a cada año por concepto de depreciación y mantenimiento se presentan en los siguientes cuadros:

CUADRO N° 36
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS
EXPRESADO EN DÓLARES

RUBROS	VALOR TOTAL	DEP. AÑOS	AÑO				
			1	2	3	4	5
Equipo de Computación	2100,00	3	700,00	700,00	700,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	1032,00	3	344,00	344,00	344,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	4470,20	10	447,02	447,02	447,02	447,02	447,02
Maquinarias	10052,00	10	1212,3	1212,3	1212,3	1212,3	1212,3
TOTAL GENERAL	19725,2		2.703,32	2.703,32	2.703,32	1.659,32	1.659,32
DEP. ACUM			2.703,32	5.406,64	8.109,96	9.769,28	11.428,60

Elaborado por: Lisette Carreño.

CUADRO N° 37
PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS
EXPRESADO EN DÓLARES

NOMBRE DE ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	5	30	150
Impresora	2	25	50
Maq. Registradora	2	30	60
Congelador para ensaladas de frutas	2	200	400
Licuadoras Industriales	5	100	500
Exprimidor de jugos Industrial.	3	100	300
Frigorífico	2	200	400
Extractor Industrial	2	120	240
TOTAL GENERAL	10	805	2.100

Elaborado por: Lisette Carreño.

Se ha considerado para el cálculo de depreciaciones de los activos fijos del proyecto, la aplicación del método de depreciación lineal con una vida útil de 3 años para los equipos de computación y de oficina; para los muebles y enseres, maquinarias con una vida útil de 10 años.

El mantenimiento ha destinado un valor para cada activo, correspondiendo el mayor porcentaje de mantenimiento de la maquinaria.

4.6.6.5. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración y ventas se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 38
GASTOS PROYECTADOS DE ADMINISTRACIÓN
EXPRESADO EN DÓLARES

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO				
	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	38.477,40	40.157,40	41.837,40	47.739,48	49.539,48
Capacitaciones	1.600,00	1.687,52	1.779,83	1.877,18	1.979,87
Aporte patronal	4.675,00	4.879,12	5.083,24	5.800,35	6.019,05
Beneficios sociales	7.145,68	10.702,13	11.052,13	12.573,73	12.948,73
Energía Eléctrica	144,00	151,88	160,18	168,95	178,19
Agua potable	60,00	63,28	66,74	70,39	74,24
Telefonía	144,00	151,88	160,18	168,95	178,19
Internet	180,00	189,85	200,23	211,18	222,73
Mantenimiento y reparación	260,00	274,22	829,22	874,58	922,42
Útiles de oficina	816,00	860,64	907,71	957,36	1.009,73
Depreciación de activos fijos	1.491,02	1.491,02	2.182,20	447,02	447,02
Publicidad y promoción	12.820,00	13.109,00	9.564,50	9.564,50	9.169,50
Amortización de gastos pre operativos	225,61	225,61	225,61	225,61	225,61
Materiales de limpieza	311,51	328,55	346,52	365,48	385,47
Arriendo	840,00	885,95	934,41	985,52	1.039,43
TOTAL	69.190,22	75.158,03	75.330,11	82.030,28	84.339,65

Elaborado por: Lissette Carreño.

Se ha considerado el valor de las remuneraciones del personal administrativo que ya fue calculado anteriormente. Los suministros de oficina comprenden papelería (hojas de impresión). El valor de la publicidad comprende el monto que se estimó para la promoción del producto en los medios de comunicación seleccionados se realizará una publicidad agresiva durante los dos primeros años en actividad para poder captar a los posibles clientes, a partir del tercer año los valores disminuirán porque se presume que la empresa es reconocida por la demanda.

4.6.6.6. GASTOS FINANCIEROS

A largo plazo: los intereses generados por el préstamo de \$ 67.251,71. Con una tasa de interés del 10.50% anual, a 5 años plazo pagaderos anualmente, se detallan a continuación, junto con los demás componentes que conforman la tabla de amortización, de acuerdo a las condiciones crediticias mencionadas anteriormente.

CUADRO N° 39
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO DIRECTO DE LA CFN
EXPRESADO EN DÓLARES

PRESTAMO 67.251,71
AÑOS 5
INTERES 10,50%

CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				67.251,71
1	17.968,01	7.061,43	10.906,58	56.345,13
2	17.968,01	5.916,24	12.051,77	44.293,36
3	17.968,01	4.650,80	13.317,21	30.976,15
4	17.968,01	3.252,50	14.715,51	16.260,64
5	17.968,01	1.707,37	16.260,64	0,00
TOTAL	89.840,04	22.588,33	67.251,71	

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.7. ESTUDIO FINANCIERO

4.7.1. FINANCIAMIENTO

El proyecto plantea las siguientes fuentes de financiamiento que se pueden observar en el cuadro N°40.

CUADRO N° 40
INVERSION Y FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	TOTAL	%
Capital Propio	\$ 16812,93	20%
Capital Prestado	\$ 67.251,71	80%
TOTAL	\$ 84064,64	100%

Elaborado por: Lissette Carreño.

Mediante un aporte propio por parte de los accionistas de la empresa el cual corresponderá a un total de 20 % del total de la inversión por un monto de \$16812,93. Para financiar el 80% de las inversiones, se ha previsto la solicitud de un Crédito Directo para el Desarrollo de la Corporación Financiera Nacional por un monto de \$67.251,71este financiará parte de los activos fijos del proyecto.

4.7.1.1. CAPITAL DE TRABAJO

Está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; esto es, financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar la mano de obra directa y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa, todo esto constituiría el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se pueden obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante.

CUADRO N° 41
CAPITAL DE TRABAJO

INVERSION TOTAL	TOTAL
Activos Fijos	19725,2
Activos Diferidos	1128,04
Capital de Trabajo	63.211,40
TOTAL DOLARES	84.064,64

Elaborado por: Lissette Carreño

4.7.1.2. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

En el siguiente cuadro se detalla el cronograma de inversiones para el presente proyecto.

CUADRO N° 42
CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

INVERSIONES	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
EQUIPO DE OFICINA				966,00		
EQUIPO DE COMP				1.107,00		
MAQUINARIAS				10.302,00		
TOTAL				\$12.376,00		

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.7.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS.

Tomando en cuenta la producción del primer año de vida útil del proyecto, se calcularon los ingresos generados anualmente; para esto, se han adoptado cifras conservadoras en lo que respecta a precios, así también la producción de cada uno de los productos, asegurando una producción de jugos en Antioxidantes de \$51.116,42 en los Desintoxicantes de \$40.694,62; en batidos Energizantes en \$102.421,08 y de 83.294,49 en ensaladas de frutas.

El precio que se cobrará por cada uno de los productos durante el primer año, varía de acuerdo al costo de producción de cada uno de los diferentes productos. Las bebidas tendrán una presentación de un vaso 160 gramos y las ensaladas de frutas en un recipiente de 250 gramos.

CUADRO N° 43
PRECIO DE VENTA PROYECTADOS A 5 AÑOS

PRODUCTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
JUGOS					
ANTIOXIDANTES					
NAPIFRUT	\$ 1,25	\$ 1,32	\$ 1,39	\$ 1,47	\$ 1,55
MANPIÑA	\$ 1,35	\$ 1,42	\$ 1,50	\$ 1,58	\$ 1,67
TROPIC FRUIT	\$ 1,25	\$ 1,32	\$ 1,39	\$ 1,47	\$ 1,55
NALIMAN	\$ 1,30	\$ 1,37	\$ 1,45	\$ 1,53	\$ 1,61
DESINTOXICANTES					
LINAPE	\$ 1,50	\$ 1,58	\$ 1,67	\$ 1,76	\$ 1,86
TORIPiÑA	\$ 1,25	\$ 1,32	\$ 1,39	\$ 1,47	\$ 1,55
FRESH	\$ 1,35	\$ 1,42	\$ 1,50	\$ 1,58	\$ 1,67
BATIDOS					
ENERGIZANTES					
BATIENERGY	\$ 2,00	\$ 2,11	\$ 2,22	\$ 2,35	\$ 2,47
FRUNAGUI	\$ 1,50	\$ 1,58	\$ 1,67	\$ 1,76	\$ 1,86
PIÑAMIEL	\$ 2,25	\$ 2,37	\$ 2,50	\$ 2,64	\$ 2,78
ALMECOCO	\$ 2,80	\$ 2,95	\$ 3,11	\$ 3,29	\$ 3,46
ENSALADAS DE FRUTAS					
GUINBERRY	\$ 1,65	\$ 1,74	\$ 1,84	\$ 1,94	\$ 2,04
PRIMAVERA	\$ 2,80	\$ 2,95	\$ 3,11	\$ 3,29	\$ 3,46
FRUTAMANIA	\$ 3,00	\$ 3,16	\$ 3,34	\$ 3,52	\$ 3,71

Elaborado por: Lissette Carreño.

Durante el primer año de operaciones, considerando la inflación estimada por el Banco Central del Ecuador 5,47%, se espera obtener los siguientes ingresos mensuales, que en total suman \$277.526,60.

CUADRO N° 44
PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS
PROYECTADOS A 5 AÑOS

PRODUCTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
JUGOS					
ANTIOXIDANTES					
NAPIFRUT	\$12.406,90	\$13812,53	\$16101,56	\$16982,31	\$17911,24
MANPIÑA	\$3.399,45	\$14.917,53	\$17.389,68	\$18.340,90	\$19.344,14
TROPIC FRUIT	\$12.406,90	\$13.812,53	\$16.101,56	\$16.982,31	\$17.911,24
NALIMAN	\$12.903,17	\$14.365,03	\$16.745,62	\$17.661,60	\$18.627,69
DESINTOXICANTES					
LINAPE	\$14.888,28	\$16.575,04	\$19.321,87	\$20.378,77	\$21.493,49
TORUPIÑA	\$12.406,90	\$13.812,53	\$16.101,56	\$16.982,31	\$17.911,24
FRESH	\$13.399,45	\$14.917,53	\$17.389,68	\$18.340,90	\$19.344,14
TOTAL	\$91.811,04	\$102.212,72	\$ 119.151,52	\$125.669,11	\$132.543,21
BATIDOS					
ENERGIZANTES					
BATIENERGY	\$23.958,15	\$26.672,47	\$31.092,66	\$32.793,43	\$34.587,23
FRUNAGUI	\$17.968,61	\$20.004,35	\$23.319,50	\$24.595,07	\$25.940,42
PIÑAMIEL	\$26.952,91	\$30.006,53	\$34.979,24	\$36.892,61	\$38.910,63
ALMECOCO	\$33.541,40	\$37.341,46	\$43.529,73	\$45.910,80	\$48.422,12
TOTAL	\$102.421,08	\$114.024,81	\$132.921,13	\$140.191,91	\$147.860,41
ENSALADAS DE FRUTAS					
GUINBERRY	\$18.447,77	\$20.537,80	\$23.941,35	\$25.250,94	\$26.632,17
PRIMAVERA	\$31.305,31	\$34.852,03	\$40.627,74	\$42.850,08	\$45.193,98
FRUTAMANIA	\$33.541,40	\$37.341,46	\$43.529,73	\$45.910,80	\$48.422,12
TOTAL	\$83.294,49	\$92.731,29	\$108.098,82	\$114.011,82	\$120.248,27
TOTAL GENERAL	\$277.526,60	\$308.968,83	\$360.171,46	\$379.872,84	\$400.651,89

Elaborado por: Lissette Carreño

4.7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquella situación, en la cual la empresa produce y vende un volumen exactamente necesario, que sólo le permite cubrir la totalidad de sus costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas.

La fórmula siguiente se la utiliza para calcular el respectivo punto de equilibrio en unidades de producción.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

(En unidades)

Es natural que, si la empresa logra producir y vender un volumen superior al de su punto de equilibrio, obtendrá ganancias. En cambio si no logra alcanzar el nivel de producción correspondiente a su punto de equilibrio, sufrirá pérdidas. A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto por cada producto:

Jugos: Producto 1

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{176}{1,25 - 0,55} = \frac{176}{0,70} = 252 \text{ unid.}$$

CUADRO N° 45
PUNTO DE EQUILIBRIO DE JUGOS
EN UNIDADES

JUGOS	PROD 1	PROD 2	PROD 3	PROD 4	PROD 5	PROD 6	PROD 7
COSTOS FIJOS	176,14	176,14	176,14	176,14	176,14	176,14	176,14
PRECIO DE VENTA	1,25	1,35	1,25	1,30	1,50	1,25	1,35
COSTO VARIABLE	0,55	0,61	0,54	0,57	0,67	0,55	0,60
CONTRIB. MARG	0,70	0,74	0,71	0,73	0,83	0,70	0,75
PUNTO DE EQUIL	252	238	247	242	212	252	236

Elaborado por: Lissette Carreño

Batidos: Producto 1

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{669,64}{2,00 - 0,85} = \frac{669,64}{1,15} = 581 \text{ unid.}$$

CUADRO N° 46 PUNTO DE EQUILIBRIO DE BATIDOS EN UNIDADES

BATIDOS	PROD 1	PROD 2	PROD 3	PROD 4
COSTOS FIJOS	669,64	669,64	669,64	669,64
PRECIO DE VENTA	2,00	1,50	2,25	2,80
COSTO VARIABLE	0,85	0,50	0,90	1,02
CONTRIB. MARG	1,15	1,00	1,35	1,78
PUNTO DE EQUIL	581	672	496	376

Elaborado por: Lisette Carreño

Ensalada de frutas: Producto 1

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{892,85}{2,00 - 0,85} = \frac{892,85}{0,88} = 1009 \text{ unid.}$$

CUADRO N° 47 PUNTO DE EQUILIBRIO ENSLADA DE FRUTAS EN UNIDADES

PORCIONES DE FRUTAS	PROD 1	PROD 2	PROD 3
COSTOS FIJOS	892,85	892,85	892,85
PRECIO DE VENTA	1,65	2,80	3,00
COSTO VARIABLE	0,77	1,32	1,35
CONTRIB. MARG	0,88	1,48	1,65
PUNTO DE EQUIL	1.009	602	540

Elaborado por: Lisette Carreño

4.7.4. RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA ESTIMADOS

4.7.4.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias se presentan los resultados que se obtendrán por las operaciones de la empresa en un período de 5 años, y refleja el grado de eficiencia en el manejo de recursos confiados a la administración como podemos observar en el cuadro N° 48.

La utilidad neta generada por el proyecto es positiva y creciente, desde el primer año de producción, conforme decrece el gasto financiero, cada vez que los ingresos y costos variables aumentan de manera proporcional, mientras que los gastos fijos se incrementan de acuerdo al nivel inflacionario pronosticado por el Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 48
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
PROYECTADO EN DOLARES

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
(+) INGRESOS					
Ventas	277.526,60	308.968,83	360.171,46	379.872,84	400.651,89
TOTAL DE INGRESOS	277.526,60	308.968,83	360.171,46	379.872,84	400.651,89
(-) COSTO DE PRODUCCION					
Materia prima	118.155,20	124.719,37	137.847,73	137.847,73	137.847,73
Mano de obra directa	27.821,04	33.402,88	44.161,56	50.418,40	51.768,40
Costos Generales de Fab.	39.073,74	48.035,01	66.802,64	74.972,97	77.383,45
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	185.049,97	206.157,26	248.811,93	263.239,10	266.999,58
UTILIDAD BRUTA	92.476,63	102.811,56	111.359,54	116.633,74	133.652,31
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	38.477,40	40.157,40	41.837,40	47.739,48	49.539,48
Aporte patronal	4.675,00	4.879,12	5.083,24	5.800,35	6.019,05
Beneficios sociales	7.145,68	10.702,13	11.052,13	12.573,73	12.948,73
Energía Eléctrica	144,00	151,88	160,18	168,95	178,19
Agua potable	60,00	63,28	66,74	70,39	74,24
Mantenimiento y reparación	260,00	274,22	829,22	874,58	922,42
Útiles de oficina	816,00	860,64	907,71	957,36	1.009,73
Depreciación de activos fijos	1.491,02	1.491,02	2.182,20	447,02	447,02
Publicidad y promoción	12.820,00	13.109,00	9.564,50	9.564,50	9.169,50
Amortización de gastos pre operativos	225,61	225,61	225,61	225,61	225,61
Materiales de limpieza	311,51	328,55	346,52	365,48	385,47
Arriendo	840,00	885,95	934,41	985,52	1.039,43
Total Gastos Operacionales	67.266,22	73.128,79	73.189,87	79.772,96	81.958,86
(-) Gasto financiero	7.061,43	5.916,24	4.650,80	3.252,50	1.707,37
UTILIDAD OPERACIONAL	18.148,98	23.766,53	33.518,86	33.608,28	49.986,08
PARTICIP. DE TRABAJADORES	2.722,35	3.564,98	5.027,83	5.041,24	7.497,91
IMPUESTO A LA RENTA	3.856,66	5.050,39	7.122,76	7.141,76	10.622,04
UTILIDAD DEL EJERCICIO	11.569,98	15.151,16	21.368,28	21.425,28	31.866,12

Elaborado por: Lisette Carreño.

4.7.4.2. FLUJO DE CAJA

En la tabla N° 49 se presenta el Flujo de Caja del Proyecto. Estos ingresos posibilitarán cubrir con las operaciones y obligaciones normales de la empresa desde el inicio de su producción.

Los ingresos operacionales están comprendidos por el total de ventas realizadas en cada uno de los años de operación de la empresa. Los egresos operacionales corresponden a todos los gastos de fabricación, administración y ventas incurridos en el proyecto, así como también las remuneraciones de mano de obra directa e indirecta.

Entre los ingresos no operacionales se incluyen:

- Crédito solicitado a la CFN por un monto de USD 67.251,71
- Aportaciones de capital por un monto de USD 16812,93

Los egresos operacionales están compuestos por los siguientes rubros:

- Pago de intereses y créditos, correspondientes a los pagos de capital e intereses generados por el crédito a largo plazo recibido.
- Los pagos correspondientes por concepto de impuestos y reparto de utilidades, en cumplimiento a la legislación tributaria y laboral ecuatoriana
- La adquisición de activos fijos durante el año 2013 (periodo pre operativo), necesarios para poner en funcionamiento la planta.
- La reposición del activos “Muebles y enseres” al tercer año de su vida útil, por un valor correspondiente al original considerando la inflación anual estimada, y la adquisición de maquinarias para aumentar nuestra capacidad de producción.

CUADRO N° 49
FLUJO DE CAJA
PROYECTADO EN DOLARES

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Préstamo	67.251,71					
Ventas		277.526,60	308.968,83	360.171,46	379.872,84	400.651,89
Total de ingresos	67.251,71	277.526,60	308.968,83	360.171,46	379.872,84	400.651,89
EGRESOS						
Inversión fija	19.725,20					
Diferidos	1.128,04					
Capital de trabajo	63.211,40					
Costo de producción		185.049,97	206.157,26	248.811,93	263.239,10	266.999,58
Gastos operacionales		67.266,22	73.128,79	73.189,87	79.772,96	81.958,86
Dividendo		17.968,01	17.968,01	17.968,01	17.968,01	17.968,01
Particip. de trabajadores			2.722,35	3.564,98	5.027,83	5.041,24
Impuesto a la Renta			3.856,66	5.050,39	7.122,76	7.141,76
Total de egresos	84.064,64	270.284,20	303.833,07	348.585,17	373.130,66	379.109,45
Depreciaciones		2.703,32	2.703,32	4.424,73	2.689,55	2.689,55
Amortizaciones		225,61	225,61	225,61	225,61	225,61
INVERSION				12.375,85		8.788,82
Flujo neto	-16.812,93	10.171,33	8.064,68	3.860,78	9.657,34	24.457,59
Aportación de capital	16.812,93					
Flujo acumulado	0,00	10.171,33	8.064,68	3.860,78	9.657,34	24.457,59

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.7.4.3. BALANCE GENERAL

El balance general muestra la situación financiera de una empresa en un momento dado. El balance general de la empresa de productos a base de futas desde el primer año de operación es la siguiente:

CUADRO N° 50
BALANCE GENERAL
PROYECTADO EN DOLARES

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES	63.211,40	73.382,73	81.447,41	85.308,19	94.965,53	119.423,12
Caja y bancos	63.211,40	73.382,73	81.447,41	85.308,19	94.965,53	119.423,12
ACTIVO FIJO	19.725,20	17.021,88	14.318,56	9.893,83	7.204,28	4.514,73
Maquinarias	12.123,00	12.123,00	12.123,00	12.123,00	12.123,00	12.123,00
Muebles y Enseres	4.470,20	4.470,20	4.470,20	4.470,20	4.470,20	4.470,20
Equipos de oficina	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00
Equipos de computación	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00
Depreciación acumulada		2.703,32	5.406,64	9.831,37	12.520,92	15.210,47
ACTIVO DIFERIDO	1.128,04	902,43	676,82	451,22	225,61	0,00
Gastos pre operativos	1.128,04	1.128,04	1.128,04	1.128,04	1.128,04	1.128,04
Amortización acumulada		225,61	451,22	676,82	902,43	1.128,04
TOTAL ACTIVO	84.064,64	91.307,04	96.442,80	95.653,24	102.395,42	123.937,85
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE	67.251,71	62.924,14	52.908,73	43.126,74	28.443,64	18.119,95
Préstamo bancario	67.251,71	56.345,13	44.293,36	30.976,15	16.260,64	0,00
Participación de Trabajadores		2.722,35	3.564,98	5.027,83	5.041,24	7.497,91
Impuesto a la Renta		3.856,66	5.050,39	7.122,76	7.141,76	10.622,04
PATRIMONIO	16.812,93	28.382,90	43.534,07	64.902,34	86.327,62	118.193,75
Capital	16.812,93	16.812,93	16.812,93	16.812,93	16.812,93	16.812,93
Utilidades acumuladas		11.569,98	26.721,14	48.089,42	69.514,70	101.380,82
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	84.064,64	91.307,04	96.442,80	108.029,09	114.771,27	136.313,70

Elaborado por: Lisette Carreño.

4.7.5. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)

Una vez que se ha definido el costo del préstamo, y la rentabilidad exigida al capital propio, debe calcularse una tasa de descuento ponderada, que incorpore los dos factores en la proporcionalidad adecuada. El costo ponderado del capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de financiamiento que el proyecto utiliza, los que se ponderarán de acuerdo con la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida. De acuerdo con esto, la tasa mínima atractiva de retorno es 12,40%.

CUADRO N° 51
TEMAR

CONCEPTO	%	Aportes	Costo de Capital	CCPP
CAPITAL PROPIO	20%	16.812,93	20%	0,04
Prestamos Bancario	80%	67.251,71	10,50%	0,08
	1,00	84.064,64	0,31	12,40%

Elaborado por: Lissette Carreño.

4.7.6 VALOR ACTUAL NETO

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión y plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero.

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. Según este criterio, con una tasa de descuento de 12,40% el proyecto presenta un valor actual neto de USD 21.021,75. Claramente se puede notar que el valor actual neto es superior a cero, por ende el proyecto es factible.

4.7.7. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR es la tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad y se calcula con los flujos traídos al valor presente. Es un indicador que nos dice si el proyecto es rentable o no y por lo tanto nos indica si se puede aceptar o rechazar. La tasa así calculada se compara con la tasa de descuento del proyecto (TMAR). Si la TIR es igual o mayor que esta, el proyecto debe aceptarse y si es menor, debe rechazarse.

Para nuestro proyecto, la TIR es del 49,37% en el flujo de fondos del proyecto, que comparada con la tasa mínima atractiva de retorno, que es del 12,40%, nos hace llegar a la conclusión que el proyecto es financieramente viable y rentable.

4.7.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

4.7.8.1. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL

Los resultados que se obtienen al aplicar los criterios de evaluación no miden exactamente la rentabilidad del proyecto, sino sólo la de uno de los tantos escenarios futuros posibles. Los cambios que casi con certeza se producirán en el comportamiento de las variables del entorno harán que sea prácticamente imposible esperar que la rentabilidad calculada sea la que efectivamente tenga el proyecto implementado. Por ello, la decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto debe basarse más en la comprensión del origen de la rentabilidad de la inversión y del impacto de la no ocurrencia de algún parámetro considerado en el cálculo del resultado que en el VAN positivo o negativo.

Se analizó que pasa con el VAN cuando se modifica el valor de una variable que se consideran susceptibles de cambiar durante el período de evaluación. Una simplificación de este modelo plantea que se debe sensibilizar el proyecto a sólo tres escenarios: uno optimista, otro pesimista y de expansión. Un modelo opcional, denominado análisis unidimensional, plantea que, en vez de analizar qué

pasa con el VAN cuando se modifica el valor de una o más variables, se determine la variación máxima que puede resistir el valor de una variable relevante para que el proyecto siga siendo atractivo para el inversionista.

CUADRO N° 52
SIMULACIÓN
PROYECTADO EN DOLARES

RESUMEN DE ESCENARIO	PRODUCTO	VALOR ACTUAL	OPTIMISTA (disminución del precio de la materia prima s)	PESIMISTA (Incremento del precio de la materia prima)	EXPANSIÓN (disminución del precio de la materia prima)
Celdas cambiantes:	BATIDO PIÑAMIEL				
COSTO DE MAT. PRIMA.		0,90	0,80	1,00	0,70
Celdas de resultado:					
VAN		21.021,75	24.426,45	17.548,27	27.865,54

Elaborado por: Lisette Carreño.

Para la simulación se consideró este rubro debido a que existen muchas inestabilidades en los precios de las frutas. En el escenario Optimista donde el precio llega a estar en \$0,80 el VAN aumenta en \$24.426,45 pero si se llegara a un precio de \$1,00 en el escenario Pesimista se obtendría un valor de 17.548,27; sin embargo en el escenario de Expansión cuando el precio es de \$ 0,70 el van incrementará a \$27.865,54 en comparación al valor actual de \$21.021,75 con un precio de 0,90 ctvs.

Según los resultados se concluye que cuando el costo dela materia prima del batido piñamiel llega a \$1,00 no conviene porque el VAN en comparación al costo del valor actual disminuye, esto no permitirá cubrir con la inversión del proyecto, puede suceder cuando exista en el mercado algún alza de precio en la

materia prima por diferentes situaciones, uno de ellos puede suceder cuando el producto es escaso. Pero esto puede cambiar si se compra la materia prima en épocas de temporadas de cosechas se puede establecer un precio hasta \$ 0,70 ctvs. Obtendremos VAN de \$27865,54 llegando incrementar en comparación a los valores actuales de \$0.90 con un van de 21021,75. Hasta un máximo de \$0,80 el costo dela materia prima se puede tener una VAN favorable de \$24.426,45.

4.7.9. RATIOS FINANCIEROS

4.6.13.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN

Los ratios financieros son indicadores que nos proporcionarán información de una manera rápida y clara acerca de la rentabilidad, endeudamiento y eficiencia en el manejo del capital de la empresa.

Mediante esta información permitirá tomar las decisiones y a efectuar mejor las actividades, determinando las causas, hechos y tendencias favorables o desfavorables con la finalidad de eliminar los efectos negativos para la empresa y promover aquellos que sean positivos.

Consideramos los siguientes:

CUADRO N° 52
RAZONES FINANCIERAS

RAZÓN	FORMULA	Medida	2011	2012	2013	2014	2015
<u>LIQUIDEZ</u>							
Capital de trabajo neto	<i>Activos Circulante - Pasivos Circulantes</i>	<i>Dólares</i>	(4.040,31)	10.458,59	28.538,68	42.181,45	66.521,89
Razón Circulante	$\frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}}$	<i>Dólares</i>	0,94	1,17	1,54	1,98	3,34
Prueba Acida	$\frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos circulantes}}$	<i>Dólares</i>	0,94	1,17	1,54	1,98	3,34
<u>RENTABILIDAD</u>							
Margen de utilidad Bruta	$\frac{\text{utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$	<i>Porcentual</i>	33%	33%	31%	31%	33%
Margen de utilidad neta	$\frac{\text{utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas}}$	<i>Porcentual</i>	4%	5%	6%	6%	8%

Elaborado por: Lissette Carreño.

RAZÓN DE LIQUIDEZ

- **Capital de trabajo Neto:** Disponemos de \$4040,31 para las operaciones de la empresa durante el primer año pero se puede observar que a partir del segundo año en adelante el capital aumenta de manera ligera en el año tres por la inversión que se genera en ese tiempo, después de pagar las deudas a corto plazo. Aumentando el doble en el cuarto y quinto año.
- **Razón Circulante:** En el primer año de la actividad tenemos \$ 0,94 para pagar \$1 de pasivo. Aumentado en los siguientes años en comparación al primer año.
- **Prueba Acida:** En el año uno disponemos de \$0,94 de manera inmediata para pagar \$1,00 de pasivo corriente. Mejorando de una manera ligera los siguientes años.

RAZÓN DE RENTABILIDAD

- **Margen de utilidad bruta:** El margen de utilidad bruta en el año uno, dos y cinco es de 33%, esto se debe a la extensa publicidad que se realizarán durante los dos primeros y se retoma en el quinto año mientras que en el año tres y cuatro se obtiene una utilidad solo del 31% puesto que en este año también se efectúan costos y gastos de operación.
- **Margen de utilidad neta:** En el margen de utilidad neta sobre las ventas se obtuvo un 4% en el primer año inferior al siguiente año aumentando en un 1%. Al tercer y cuarto año el porcentaje se mantiene en un 6% porque se obtienen más costos y gastos por la inversión en el año tres, pero se recupera en un 8% en el quinto año de actividad empresarial.

4.8. IMPACTO DEL PROYECTO

La creación de una empresa alimenticia dedicada a la elaboración de productos a base de frutas en el cantón La Libertad, ofrecerá productos 100% natural y de calidad, para las personas que desean mejorar su salud.

Al no contar con el tiempo suficiente para preparar algo nutritivo acceden a consumir productos que se encuentran a disposición, muchos de ellos son altos en calorías, que actualmente las personas cada vez se preocupan por mejorar sus hábitos alimenticios pero la población no cuentan con lugares que puedan ofertarles opciones alimenticias nutritivas. Esto se debe a la inexistencia de una empresa alimenticia dedicada a la elaboración de productos a base de frutas y a la falta de proyectos innovadores. El proyecto a desarrollar fomentará el emprendimiento y desarrollo del cantón La Libertad y la provincia de Santa Elena, generando plazas de trabajo; y por ende aportará al desarrollo económico del país.

4.8.1. IMPACTO AMBIENTAL

EL AIRE

La empresa no va a contaminar el ambiente, porque no provocará emisiones de humos que afecten o causen algún daño a la sociedad. Se contará con maquinarias de tecnologías que no emitirán gases tóxicos.

EL AGUA

El agua a utilizar en la empresa será utilizada para lavar las frutas, las maquinarias y para la limpieza del local, para esto se contará con todos los servicios básicos para ejecutar las actividades, se contará con una red de canalización para eliminar las aguas servidas, sin perjudicar al medio ambiente.

Los productos químicos a manipular serán los detergentes, desinfectantes desodorizantes para la limpieza de las instalaciones, estos no provocarán ningún daño.

SUELO

Para los desechos generados por las actividades de la organización es esencial ubicar recolectores de basura dentro y fuera de la empresa.

Para esto se contará con recipientes térmicos que separen los materiales plásticos, papel, vidrio y las cascaras o residuos de las frutas, para enviar a un lugar en donde se pueda otorgar un tratamiento adecuado.

4.9. PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 53
PLAN DE ACCIÓN

Problema Principal: ESCASA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.			
Fin del proyecto: Creación de empresa alimenticia dedicada a la elaboración de productos a base de frutas en la Provincia de Santa Elena.		Indicadores: 1. Estudio de mercado de mercado. 2. Estudio financiero.	
Propósito del Proyecto: Proponer la creación de una empresa alimenticia con la aplicación de herramientas adecuadas de investigación para elaborar productos a base de frutas en la provincia de Santa Elena.		Indicador: 1. Número de personas dispuestas a mejorar sus hábitos alimenticios sobre el número de personas que desean continuar con sus estilos de vida cotidiana.	
Objetivos Específicos	Técnico	Procesos	Actividades
Desarrollar un estudio de mercado que identifique las características de la demanda.	Encuestas a la población de la Provincia de Santa Elena	Posicionar a Delicious Fruit como la mejor alternativa en productos saludables en la Provincia de Santa Elena.	1.1 Establecer el tamaño de la muestra.
			1.2 Efectuar el cuestionario de preguntas.
			1.4 Definir el presupuesto del estudio.
			1.5 Ejecutar el estudio.
			2.1 Crear un cuestionario de preguntas.
Ejecutar técnicas de investigación primaria para identificar proveedores y productores de frutas.	Entrevistas a proveedores y productores de frutas en la Provincia de Santa Elena	Obtener materia prima de calidad y a bajos costos.	2.2 Identificar los días de desembarques de las frutas en el mercado local.
			2.3 Ejecutar el estudio.

<p>Dar a conocer al mercado meta de los productos a base frutas que oferta “Delicious Fruit”.</p>	<p>Porcentajes de consumidores que prefieren el producto</p>	<p>Realización de publicidad y difusión de las ventajas y promociones del producto.</p>	<p>3.1 Establecer los diseños de texto y mensaje. 3.2 Identificar los medios de publicidad 3.3 Elaborar el presupuesto. 3.4 Ejecutar la actividad.</p>
<p>Obtener el personal adecuado para la ejecución de las actividades de la empresa.</p>	<p>Capacitación al personal de “Delicious Fruit”.</p>	<p>Desarrollar las actividades con eficiencia y eficacia para obtener una producción de calidad.</p>	<p>4.1 Establecer el número de personas a capacitar. 4.2 Identificar la unidad a capacitar. 4.3 Fijar el tema de capacitación. 4.4 Definir el presupuesto. 4.5 Desarrollar la actividad.</p>
<p>Establecer un sistema de evaluación formal y metodológica, que sirva como herramienta para evaluar al personal de la empresa Delicious Fruit.</p>	<p>Evaluación de desempeño.</p>	<p>Contar con el personal idóneo para el desarrollo de las actividades.</p>	<p>5.1 Establecer el ámbito de acción. 5.2 Elaborar el formato de evaluación. 5.3 Definir el presupuesto. 5.4 Ejecutar la actividad.</p>
<p>Fijar las actividades a ejecutar para el desarrollo eficiente del producto.</p>	<p>Descripción del proceso de producción</p>	<p>Cumplir con las disposiciones de la empresa para ofrecer productos de calidad.</p>	<p>6.1. Describir los pasos de producción y las actividades a ejecutar en la empresa. 6.2. Diseñar el flujo de procesos. 6.3. Ejecutar la actividad.</p>

<p>Producir la cantidad adecuada para cubrir el mercado de la demanda.</p>	<p>Identificar los equipos y herramientas idóneas para el desarrollo de las actividades.</p>	<p>Contar con las maquinarias necesarias para una óptima producción</p>	7.1 Identificar los equipos e Instalaciones
			7.2 Determinar las características de la tecnología.
			7.3 Definir el presupuesto.
<p>Determinar los recursos tecnológicos, financieros y humanos necesarios para la producción óptima de bebidas y porciones de frutas.</p>	<p>Investigación de mercado para determinar el análisis de inversión</p>	<p>Identificar los posibles consumidores, maquinarias y las herramientas adecuadas para la elaboración de productos de calidad.</p>	8.1 Conocer la demanda.
			8.2 Determinar el costo de la materia prima.
			8.3 Establecer la mano de obra.
			8.4 Definir la inversión
			8.5 Toma de decisiones.

Elaborado por: Lissette Carreño

CONCLUSIONES

Luego de realizar el estudio para la creación de empresa alimenticia para la elaboración de productos a base de frutas en la provincia de Santa Elena se concluye lo siguiente:

- El segmento de mercado que atenderá el proyecto constituye a la población económicamente activa, la misma que representa un universo de 15164 personas.
- Gracias a la producción de la Provincia de Santa Elena, se ha considerado que se podrá tener un abastecimiento normal de las frutas durante todo el año, además de existe una producción suficiente para abastecer al mercado.
- El nombre que identificará a la empresa es: “DELICIOUS FRUIT” que quiere decir “Delicias de Frutas”, empresa que será constituida como sociedad anónima. Las estrategias que utilizará el proyecto, son servicio a express para instituciones y a domicilio haciendo más relevantes las estrategias de promoción en la herramienta de publicidad serán martes 2x1.
- Para encontrar la mejor localización del proyecto se tomaron en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes de la provincia de Santa Elena y la mayoría considera que sería conveniente encontrar una empresa que oferte productos saludables en el cantón de La Libertad.

- El proyecto de creación de empresa alimenticia requiere de una inversión inicial necesaria de \$72946,62, que se encuentra conformada por activos fijos con un valor de \$18325,2 activos diferidos \$315y el capital de trabajo \$54.306,42.
- La estructura de financiamiento del proyecto está conformada por un 20% de recursos propios equivalentes a \$16812,93y el 80% restante equivalente a \$67.251,71; corresponde a un crédito que será financiado por la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés de 110.50% con un plazo de 5 años para cubrir el préstamo.
- El análisis de sensibilidad demostró que el proyecto es rentable incluso en situaciones adversas, pero no hay que dejar que el nivel de precio de la materia prima esperado anual se incremente más allá de un \$1,00.

RECOMENDACIONES

- Invertir los recursos necesarios para llevar a cabo esta propuesta, ya que desde el punto de vista económico, financiero e institucional la propuesta de la creación de empresas alimenticia en la provincia de Santa Elena es viable.
- Establecer estrategias de publicidad y promoción de los productos saludables mediante hojas, volantes, banners, vallas led, y medios publicitarios más solicitado como la radio y televisión, establecer promociones atractivas para el cliente como, Martes 2x1.
- Mantener una relación directa con los proveedores, para garantizar el nivel de abastecimiento necesario para cubrir la demanda, evitando costos adicionales con el fin de ofrecer productos de calidad a precios competitivos.
- Cumplir con todas las disposiciones legales para el funcionamiento de la empresa, y el proceso productivo de bebidas y porciones de frutas, con el único propósito de brindar a nuestros clientes un producto de calidad e higiene.

BIBLIOGRAFIA

- MÉNDEZ ÁLVAREZ Carlos, 2006. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, Bogotá, EDITORIAL Limusa de C.V.
- PAREDES GARCIA Wilson, 2009. Como desarrollar una Tesis, Editorial Nacional.
- SALCEDO Francisco, LUCIO Amarilis, LUCIO Aracely, 2005. Mi proyecto de Investigación, Ecuador, Riobamba, Pedagógica Freire.
- BERNAL TORRES César, 2010. Metodología de la Investigación para Administración, Humanidades y Ciencias Sociales, Segunda Edición Economía, Pearson Educación de México, S.A de C.V
- SAPAG CHAÍN NASSIR, 2007. Proyectos de inversión formulación y evaluación, Primera Edición, Pearson Educación de México S.A de C.V.

- GITMAN LAWRENCE J, 2007. Principios de administración financiera, DECIMO PRIMERA EDICIÓN, Pearson Educación de México S.A de C.V.

- Ginebra, Organización Mundial de la Salud, 2002. Informe sobre la salud en el mundo 2002: Reducir los riesgos y promover una vida sana.

- YÉPEZ Rodrigo, 2005. Causas principales de enfermedad y muerte.

- TORRES RODRÍGUEZ Luis, 2005. Creación y formalización de la microempresa civil, Quinta edición, QUALITYPRINT Centro de Soluciones Digitales, Quito-Ecuador.

- CAMPOS CARDENAS Eliecer, 2001. Contabilidad Financiera.
Contabilidad de Costos, Tercera edición, Lito Camargo Ltda. Santafé de Bogotá, D.C. Colombia.

- POLIMENI Ralph S, FABOZZI Frank J, ADELBERG Arthur H, KOLE Michael A, 1997. Contabilidad Financiera.

- BATEMAN Thoomas. S, SNELL Scott A, 2009, Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, Octava edición, Litográfica Ingramex, México.

REVISTA:

- Magazina, edición 25, febrero 2008
- Expreso-Semana N° 712, domingo 23 del 2008.
- Boletín del Centro de Investigación Económica, N° 24, octubre 2012.

EDICIÓN:

Doctor. BAUTISTA Luis Carlos, 2010. La biblia de las frutas, Primera Edición, D´vinni S.A.

PÁGINAS DE INTERNET

- <http://es.thefoodworld.com/exportadores-importadores-alimentos/frutas-productos-de-frutas/ecuador/>
- <http://www.fruteriaspatty.com/Info-Corporativa.php>
- <http://www.slideshare.net/guest7c06d0/produccion-agricola-del-ecuador>
- <http://www.sld.cu/saludvida/nutricion/temas.php?idv=6122>
- http://www.nationsonline.org/oneworld/map/google_map_ecuador.htm
- <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- <http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=26>
- <http://www.visitaecuador.com/costa.php>
- <http://listado.mercadolibre.com.ec>

ANEXOS

The word "ANEXOS" is rendered in a large, bold, sans-serif font. The letters are filled with a vertical gradient from dark brown at the top to bright yellow at the bottom. The text is slightly arched and casts a dark brown shadow onto the surface below it, giving it a three-dimensional appearance.

CUADRO N° 54

FORMATO DE EVALUACIÓN

DATOS DEL EVALUADO	
Nombre:	
Departamento:	
Fecha de ingreso:	Puesto
Puesto al que se reporta:	Tiempo en el puesto:
Periodo de evaluación del: al:	
Nombre del evaluador:	
Puesto del evaluador:	
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
No Satisface =1 Pocas Veces = 2 Frecuentemente =3 Excede lo esperado =4 Sobresaliente = 5	
FACTORES DE APRECIACIÓN	ESCALA
CONOCIMIENTO DEL TRABAJO	
Competente en habilidades y conocimientos requeridos para el trabajo.	
Cumple con los requisitos relacionados con el cargo.	
Es consciente de lo que su labor representa en el contexto productivo.	
Utiliza los recursos efectivamente.	
CALIDAD DE TRABAJO	
Demuestra exactitud e integridad.	
Muestra compromiso hacia la excelencia.	
Busca formas para mejorar y promover la calidad de su trabajo.	
EFICIENCIA / PRODUCTIVIDAD	
Cumple los estándares de productividad.	
Se esfuerza por incrementar su productividad	
Trabaja rápidamente	
Logra las metas establecidas	
ACTITUD E INICIATIVA	
Establece y mantiene efectivas relaciones de trabajo con sus compañeros.	
Realiza su trabajo con entusiasmo y buena disposición	
Trabaja en equipo, ofrece ayuda y colaboración a sus compañeros de trabajo	
Busca incrementar las responsabilidades asignadas	
ATENCIÓN AL CLIENTE Y RESPONSABILIDAD	
Mantiene armonía laboral con su jefe y compañeros	
Se esfuerza por brindar buena atención al público.	
Es puntual y responsable con su trabajo.	
Muestra confianza y amabilidad al momento de brindar servicios al cliente.	
Muestra lealtad hacia la institución y honestidad con el cliente.	
SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	
Identifica y previene problemas a tiempo	
Desarrolla alternativas de solución	
Resuelve problemas en etapas tempranas	
Trabaja muy bien en grupo en situaciones de solución de problemas	
LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO	
Inspira respeto y confianza	
Reacciona muy bien bajo presión	
Motiva a otros hacia un buen desempeño	
Mantiene armonía laboral con su jefe y compañeros	
TOTAL	

.....
EVALUADOR

.....
EVALUADO

Elaborado por: Lissette Carreño.

ESTUDIO DE MERCADO

Universidad Estatal
Península de Santa Elena
Carrera Administración de Empresas

CUADRO N° 56
DISEÑO DE LA ENCUESTA

Encuesta dirigida a los habitantes de la Provincia de Santa Elena

Objetivo: Obtener información necesaria mediante la aplicación de encuestas para la determinación del nivel de aceptación de una nueva propuesta, direccionado a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

Sexo: Femenino Masculino

Edad:

10-20 41-50
 21-30 Más de 51
 31-40

Ocupación:

Profesional Trabajador Público
 Estudiante Ama de casa
 Trabajador Privado

1.- ¿Dentro de su dieta diaria acostumbra alimentarse con frutas?

SI NO

2.- ¿Cuál es la fruta de su mayor preferencia?

Manzana Frutilla Mora Mango
 Durazno Melón Uva Toronja
 Papaya Guineo Pera Tamarindo
 Sandía Naranja Piña Otros
 Kiwi Coco Limón

3.- ¿Con que frecuencia usted consume frutas?

Diario Semanal Mensual Otros

4.- ¿Usted consumiría productos donde la combinación apropiada de la fruta beneficie su salud?

SI NO

5.- Al consumir frutas, usted las prefiere en:

Jugos Ensaladas
 Porciones Todas las anteriores
 Batidos presentaciones
 Otros

6.- Considerando dos tipos de presentación del producto ¿Que elementos considera factible de combinar?

JUGOS/BATIDOS

Yogurt Huevo Soya
 Panela Vegetales Leche
 Miel Avena Azúcar Morena
 Otros

PORCIONES DE FRUTAS

Solo Frutas Frutas con Nueces
 Frutas con Yogurt Frutas con Granola
 Frutas con Cereales Otros
 Frutas con miel

7.- ¿De acuerdo a su preferencia, qué cantidad es la adecuada?

BEBIDAS		PORCIONES DE FRUTAS	
22 oz	<input type="checkbox"/>	250gr	<input type="checkbox"/>
16 oz	<input type="checkbox"/>	200gr	<input type="checkbox"/>
12 oz	<input type="checkbox"/>	150 gr	<input type="checkbox"/>

8.- ¿De acuerdo a la presentación del producto cuánto estaría dispuesto a cancelar?

BEBIDAS		PORCIONES DE FRUTAS	
\$ 1,00	1,50	\$ 1,00	1,99
\$ 1,51	2,00	\$ 2,51	2,99
\$ 2,01	2,50	\$ 3,00	3,99
\$ 2,51	3,00	\$ 4,00	4,99
\$ 3,01	3,50	\$ 5,00	MÁS
\$ 3,51	MÁS		

9.- ¿Pensando en su bienestar, frecuentaría usted algún local que le permita alimentarse sanamente con frutas?

SI NO

10.- ¿En qué lugar le gustaría que esté ubicado este local?

Santa Elena La Libertad Salinas

11.- ¿Para confort suyo qué ambiente prefiere?

Profesional
 Deportivo
 Playero
 Juvenil

12.- ¿Qué promociones le gustaría que se le brinde al comprar una bebida y porciones de frutas?

Martes 2x1
 Ofertas en días especiales
 Descuentos por volumen de compra
 Otros

13.- Usted como cliente ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se le brinde?

Servicio express para instituciones
 Servicio a domicilio
 Otros

14.- ¿Tomando en cuenta la atención al cliente, Ud. prefiere?

Atención cordial
 Rapidez
 Sugerencias
 Otros

Foto N° 01
ENTREVISTA APLICADA A LOS PROVEEDORES DE FRUTAS DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA



Entrevista a la Sr. Carmen Rueda
Productora de Frutas en Bella Esperanza

Foto N° 02
ENTREVISTA APLICADA A LOS PROVEEDORES DE FRUTAS DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA



Entrevista al Sr. Otto rosales
Presidente de la Asociación de Productores
Agropecuarios- Valle Manantial

CUADRO N° 57
CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTAS

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CUANTAS VECES A LA SEMANA ENTREGA EL PRODUCTO	CUANTO ES LA CANTIDAD POR VIAJE	QUE FRUTA ES LA MAS CONSIDERADA	QUE TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD	DESDE DONDE TRAE EL PRODUCTO	COMO CONSIDERA LA CALIDAD DEL PRODUCTO	EN QUE EPOCAS SE CONSUMEN MÁS FRUTAS
SANDRO MUYO	Según el producto las sandias se vende una vez x semana, la naranja 2 días a la semana	De acuerdo a la temporada y la producción mil sandias 50 mil naranjas por día	En esta temporada las naranjas sandias la mandarinas el mango	5 Años	La naranja del empalme desde el campo y cuando no hay se la consigue en santo domingo	Muy buena calidad	Cuando llega las temporadas de calor las personas consumen más por que preparan jugos refrescantes
JUAN CUJILEMA	Trae de tres a cuatro veces y vende al por mayor y menor todos los días.	700 a 800 Piñas 1000 sandias y 400 a 500 melones.	Piña, sandia melón	30 AÑOS	De aquí desde la península del campo y cuando no hay trae desde Guayaquil de monte bello	A veces malo y bueno como todo producto donde se debe vender clasiado.	Casi en todo el año
INÉS CHUYI	Según el producto se vende tres veces a la semana	800 A 15000 Frutas variadas	Manzana, uva negra y roja, tomate de árbol, granadilla, mora, frutillas.	20 Años	Chimborazo	De muy buena calidad	En temporadas y cuando comienzan el periodo de estudio.

OTO ROSALES “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS”	Según el producto por temporada, la maracuyá es vendida una vez por semana a la empresa de jugos Ecuafрут, el mango de dos veces por semana.	70 mil a 10 mil frutas	Maracuyá, mango, tamarindo, ciruela y pepino.	35 AÑOS	Valle Manantial Santa Elena	De excelente calidad, por el producto es cosechado con materia orgánica especialmente la maracuyá	En temporadas y cuando comienzan las fiesta patronales.
CARMEN RUEDA	Dos a tres veces por semana	De tres a cuatro metro cúbicos que vienen hacer 20 gavetas por metro por día.	Papaya, sandía, melón, piña y limón.	33 AÑOS	Bella Esperanza en El Azúcar	De muy buena calidad	En temporadas y cuando comienzan las clases.
FLORENCIO CASTILLO “ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTONOMO DE MANGLARALTO”	Dos veces por semana	50 a 60 Gavetas por día.	Naranja, toronja	32 AÑOS	La Entrada y de Pedro Carbo	Muy buena Calidad	Casi en todo el año, pero más en las temporadas

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Lissette Carreño.

PÚBLICIDAD

GRAFICO N° 26
HOJA VOLANTE

Delicious Fruit
LA FRUTA COMO A TI TE GUSTA

PRECIOS ECONÓMICOS

VEN Y DISFRUTA DE LA VARIEDAD QUE TE OFRECEMOS

VIVIR SANAMENTE ES VIVIR BIEN
POR ESO VEN Y DISFRUTA DE LO MAS RICO Y DELICIOSO DE LA FRUTA EN DIFERENTES PRODUCTOS COMO:

- ENERGIZANTES
- ANTIOXIDANTES
- DESINTOXICANTES

SIN COLORANTES, SABORIZANTES ARTIFICIALES NI CONSERVADORES.

100% NATURALES

PORCIONES DE FRUTAS

BATIDOS

JUGOS

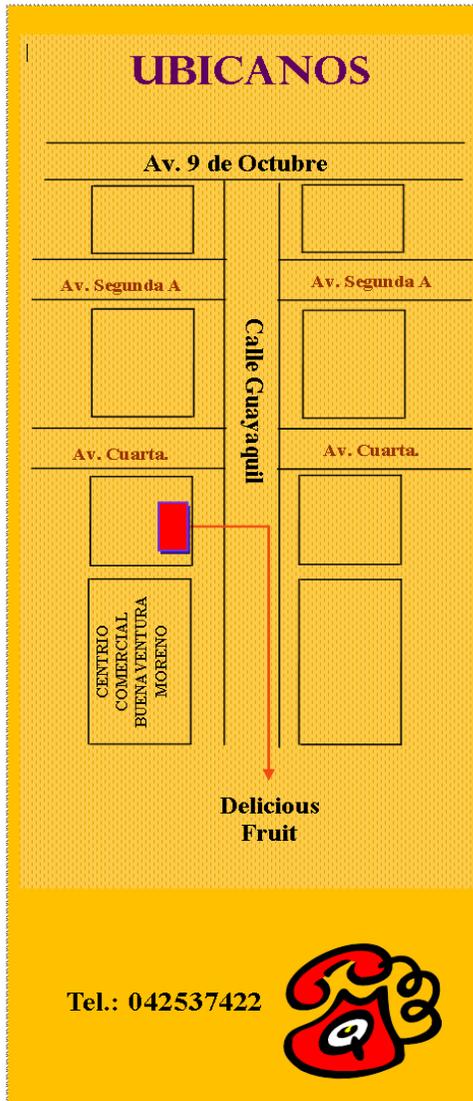
VISITANOS
ESTAREMOS GUSTOSOS EN RECIBIRLOS

La Libertad – Calle Guayaquil
a un costado del Centro
Comercial Buenaventura
Tel. :(04)2537422
Atenderemos desde las 8 am hasta las 19 pm de lunes a domingo
www.deliciousfruit.com.ec

**GRAFICO N° 27
TRÍPTICO**

DELICIOUS FRUIT, es una nueva marca dentro de la Provincia de Santa Elena, que ofrecerá alternativas innovadoras enfocada en un estilo de vida 100% natural, aportando al cuidado de la salud de los habitantes. Creando diferentes líneas de productos de óptima calidad, para las personas que desean mantener un estilo de vida saludable

Nuestro propósito es incentivar a las personas a consumir algo natural con un toque diferente y que beneficie a su salud.



*Disfruta, conoce y descubre el sabor natural de la fruta.
Te ofrecemos productos de calidad, sabor y buen gusto*

Enterece de nuestros productos.





Variedad de Productos



Las frutas con su variedad de olores, sabores y texturas, son una de las opciones más deliciosas y saludables, ricas en nutrientes que nos brindan muchos beneficios.

Su alto contenido de minerales, enzimas, fibras, agua y antioxidantes nos ayuda a limpiar e hidratar nuestro organismo.



¿Eres de los que necesitan una buena dosis de energía para comenzar el día?

Ven y disfruta lo delicioso de la fruta en diversas presentaciones



✓ PORCIONES DE FRUTAS

✓ JUGOS

✓ BATIDOS



DETOX

Todas las propiedades de las frutas para desintoxicar y limpiar tu organismo estimulando el sistema inmunológico, así como la producción de anticuerpos y purificación del aparato digestivo.

ENERGIZANTE

Muy rico en nutrientes y vitaminas altamente energético ideal para el cansancio, calma el apetito. Perfecto para cargar de energía al cuerpo antes y después de las actividades físicas y/o deportivas.

ANTIOXIDANTE

Ayuda a disminuir la oxidación o daño celular aportando gran cantidad de minerales y nutrientes, altos en fibras y muy bajos en grasas.

GRÁFICO N° 28
TARJETA DE PRESENTACIÓN



Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 29 CUÑA RADIAL

Cuña Radial

Si deseas disfrutar y saborear lo rico de las frutas en la Provincia Ya no pienses más ven y visita el local de “DELICIOUS FRUIT”, que te ofrece todo lo que tu cuerpo necesita para comenzar el día con muchas energías.

Aquí podrás encontrar diferentes productos saludables y 100% naturales sin conservantes ni colorantes, todo a base de frutas, como:

- Energizantes
- Antioxidantes
- Desintoxicantes

Visita nuestro local “DELICIOUS FRUIT”. Estamos ubicados en La Libertad en la calle Guayaquil a un costado del Centro Comercial Buenaventura Moreno La Libertad.

Te esperamos, aprovecha nuestras promociones

La fruta como a ti te gusta.....!

Elaborado por: Lissette Carreño

GRÁFICO N° 30
PAGINA WEB DE LA EMPRESA
DELICIOUS FRUIT



Elaborado por: Lissette Carreño.

ENTORNO

SOCIOCULTURAL DE

LA PROVINCIA DE

SANTA ELENA

CUADRO N° 56

FIESTAS TRADICIONALES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

<ul style="list-style-type: none">• Fiestas Provinciales	<ul style="list-style-type: none">- 7 de Noviembre del 2007 – La Creación de la provincia de Santa Elena.- 27 de diciembre de 1937 – Parroquialización de Manglaralto.- 22 de enero de 1937– Cantonización de Santa Elena.- 14 de abril de 1993 – Cantonización de La Libertad.- 22 de diciembre de 1937– Cantonización de Salinas.
<ul style="list-style-type: none">• Fiestas Religiosas	<ul style="list-style-type: none">- 24 de Septiembre – Virgen de las Mercedes.- 28 de Octubre – Fiesta de San Judas Tadeo- 18 de Agosto – El día de Santa Elena.- 15 de Agosto – Virgen de Nuestra Señora de la Esperanza.- 3er Viernes de Junio – Homenaje a la Virgen del Mar.- 21 de Noviembre – Santísima Virgen del Quinche.- 16 de Julio – Nuestra Señora del Carmen y San Benito.
<ul style="list-style-type: none">• Fiestas Sociales	<ul style="list-style-type: none">- Matrimonios- Quinceañeras- Bautizos- Cumpleaños- Reuniones familiares.

Fuente: visitaecuador.com

Elaborado por: Lissette Carreño

TABLA NUTRICIONAL DE LAS FRUTAS

TABLA N° 18

TABLA NUTRICIONAL DE LAS FRUTAS

Frutas	Cal c/100g	Sodio mg. Na	Calcio mg. Ca	Hierro mg. Fe	Fósforo mg. P	Potasio mg. K	Vit A U.I.	Vit.B1 mg	Vit.B2 mg	Vit.B3 mg	Vit.C mg
Ananá (piña)	Cal c/100g	1	16	0.5	8	180	34	0.07	0.05	0.28	20
Arándano	42	1	10	0.4	10	75	40	0.03	0.02	0.2	15
Cerezas	70	0.4	25	0.4	20	200	200	0.05	0.05	0.2	12
Ciruelas	45	1	12	0.4	27	190	50	0.04	0.04	0.4	6
Coco	320	28	20	2.0	85	300	10	0.05	0.03	0.5	3
Chirimoya	95	-	30	0.6	35	-	20	0.09	0.12	1.1	15
Damasco	48	1	15	0.7	23	280	700	0.04	0.07	0.4	9
Durazno	50	1	10	1.0	20	180	800	0.02	0.05	0.9	15
Frambuesas	50	1	25	1.0	30	160	130	0.03	0.07	0.9	25
Frutilla (fresa)	35	1	22	1.0	22	160	30	0.02	0.05	0.4	70
Guayaba (Goiaba)	50	3	20	0.7	35	250	280	0.03	0.05	1.0	75
Guinda	40	1	22	0.2	25	198	290	0.04	0.02	0.4	20
Kiwi	55	4	30	0.4	41	300	175	0.02	0.05	0.5	80
Lima	30	2	26	0.6	18	140	25	0.04	0.02	0.1	52
Limón	30	2	26	0.6	18	140	25	0.04	0.02	0.1	52
Mandarina	45	1	25	0.3	18	160	400	0.04	0.04	0.3	30
Mango	58	-	15	0.6	22	-	30	0.05	0.02	0.7	5
Manzana	59	1	7	0.3	12	110	50	0.03	0.03	0.2	6
Melón	30	12	14	0.4	16	250	1000	0.03	0.02	0.02	30
Membrillo	30	12	14	0.4	16	250	1000	0.03	0.02	0.02	30
Naranja	49	1	40	0.5	20	180	200	0.08	0.04	0.3	55
Papaya	35	3	20	0.3	15	230	1500	0.03	0.04	0.3	60
Pera	55	2	9	0.3	13	125	20	0.02	0.03	0.2	5
Pomelo (toronja)	40	1	15	0.4	20	180	50	0.04	0.03	0.2	45
Sandía	30	1	10	0.4	9	120	350	0.03	0.03	0.2	6
Tamarindo	30	1	10	0.4	9	120	350	0.03	0.03	0.2	6
Zarzamora	50	2	32	0.6	25	170	180	0.02	0.04	0.4	20
Frutas B											
Banana	90	1	9	0.6	28	400	80	0.05	0.07	0.7	10
Higo	80	2	40	0.5	30	200	80	0.05	0.05	0.4	4
Uva	65	3	14	0.5	16	180	100	0.05	0.04	0.4	4

Fuente: www.alimentacion-sana.com.ar

Elaborado por: Lissette Carreño

DATOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

CUADRO N° 57
MERCADO ACTUAL

UNIVERSO	% DE ACEPTACIÓN	MUESTRA
Segmentación	Personas. Disp. A consumir	
15164	90%	13648

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 58
OCASIONES DE CONSUMO

Ocasiones de consumo del producto	%	Promedio Ponderado	Total Personas	Promedio Consumo	# de alimentos a producir mensual
FIESTAS PATRONALES	28%	0,298	3821	2	7643
TEMPORADAS	36%	0,383	4913	6	29480
ESTABLEC. EDUCAT.	20%	0,213	2730	10	27296
OTROS	10%	0,106	1365	4	5459
Totales	94%	1	12829		69878

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 59
TASA DE INFLACIÓN DEL ECUADOR

INFLACION	
Años	%
2011	5,41%
2010	3,33%
2009	4,31%
2008	8,83%
PROMEDIO INFLACIÓN	5,47%

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 60
PORCENTAJE DE LA DEMANDA POR PRODUCTO

Preferencia de los Productos		
Producto	%	Ponderado
Jugos	29,00%	0,46
Batidos	20,00%	0,32
Ensaladas de frutas	14,00%	0,22
Total	63,00%	1,00

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 61
PREFERENCIA DE CADA PRODUCTO

BATIDOS ENERGIZANTES	%	Ponderado
1	0,08	0,25
2	0,08	0,25
3	0,08	0,25
4	0,08	0,25
TOTAL	32%	

JUGOS/ANTIOXIDANTES	%	Ponderado
1	0,07	0,14
2	0,07	0,14
3	0,07	0,14
4	0,07	0,14
TOTAL		

JUGOS/DESINTOXICANTES	%	Ponderado
5	0,07	0,14
6	0,07	0,14
7	0,07	0,14
TOTAL	0,4603	1,00

PORCIONES DE FRUTAS	%	Ponderado
1	0,07	0,33
2	0,07	0,33
3	0,07	0,33
TOTAL	0,22	1,00

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 62

DEMANDA ANUAL POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BATIDOS					
1	11979	12645	13976	13976	13976
2	11979	12645	13976	13976	13976
3	11979	12645	13976	13976	13976
4	11979	12645	13976	13976	13976
Total	47916	50578	55902	55902	55902
JUGOS					
1	9926	10477	11580	11580	11580
2	9926	10477	11580	11580	11580
3	9926	10477	11580	11580	11580
4	9926	10477	11580	11580	11580
5	9926	10477	11580	11580	11580
6	9926	10477	11580	11580	11580
7	9926	10477	11580	11580	11580
Total	69479	73339	81058	81058	81058
ENSALADAS DE FRUTAS					
1	11180	11802	13044	13044	13044
2	11180	11802	13044	13044	13044
3	11180	11802	13044	13044	13044
Total	33541	35405	39132	39132	39132

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 63
COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

BATIDOS ENERGIZANTES	COSTO	PRECIO DE VENTA
1	0,85	2,00
2	0,50	1,50
3	0,90	2,25
4	1,02	2,80
TOTAL		8,55

JUGOS/ANTIOXIDANTES	COSTO	PRECIO DE VENTA
1	0,55	1,25
2	0,61	1,35
3	0,54	1,25
4	0,57	1,30
5	0,67	1,50
6	0,55	1,25
7	0,60	1,35

ENSALADAS DE FRUTAS	COSTO	PRECIO DE VENTA
1	0,77	1,65
2	1,32	2,80
3	1,35	3,00
TOTAL		7,45

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 64**COSTOS DIRECTOS**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	118155,20	124719,37	137847,73	137847,73	137847,73
MANO DE OBRA DIRECTA	27821,04	33402,88	44161,56	50418,40	51768,40
TOTAL	145976,24	158122,25	182009,29	188266,13	189616,13

Elaborado por: Lisette Carreño

CUADRO N° 65**PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES**

ALIMENTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
JUGOS	91.811,04	102.212,72	119.151,52	125.669,11	132.543,21
BATIDOS	102.421,08	114.024,81	132.921,13	140.191,91	147.860,41
PORCIONES	83.294,49	92.731,29	108.098,82	114.011,82	120.248,27
TOTAL	277.526,60	308.968,83	360.171,46	379.872,84	400.651,89

Elaborado por: Lisette Carreño

CUADRO N° 66**GASTOS GENERALES****UTILITARIA DE COCINA**

Cuchillos	4	2,99	11,96
Jarras plásticas	5	1,53	7,65
Cucharas/mesa de 3piezas	4	1,49	5,96
Tabla de picar	5	2	10
Colador Industrial	8	1	8
Servilletas x300 unid	6	1,78	10,68
Fundas térmicas x 100 unid.	4	2,59	10,36
Pinzas multiusos	5	2	10
cucharas peq x50 unid	200	0,5	100
Sorbetes flexibles x 100unid	7	0,54	3,78
TOTAL			178,39

Elaborado por: Lisette Carreño

CUADRO N° 67
ARTÍCULOS DE ASEO

ARTICULO	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
Escoba	1	2,35	2,35
Recogedor de basura #2c	1	2,58	2,58
Trapeador	1	1,1	1,1
Tacho de basura	2	59,82	119,64
Espanja	2	0,47	0,94
Limpiador líquido 1 ltr	5	1,13	5,65
Detergentes 1kg	5	2,26	11,3
Cloro (1 galón)	5	3,8	19
Mandiles	6	2,5	15
Gorras	6	1,5	9
Guantes desechables x 100 unid	1	7	7
Fundas biodegradables para basura x 10 unid	5	0,88	4,4
Ambientales	5	2,69	13,45
Papel Higiénico 12x550 mts.	5	19,02	95,1
Jabón de tocador x 3 unid	5	1	5
TOTAL			311,51

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 68
GASTO ANUAL DE SUMINISTRO DE OFICINA

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Hojas	paquetes	25	300
Esferos	paquetes	6	72
Grapas	paquetes	6	72
Perforadora	unidades	5	30
Grapadoras	unidades	5	30
Lápices	paquetes	3	36
Libretas	unidades	20	80
Carpetas	unidades	20	80
Calculadora	unidades	20	80
Otros		20	240
		130	1020

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 69
DEPRECIACIÓN DE LOS NUEVOS ACTIVOS FIJOS
EXPRESADO EN DÓLARES

RUBROS	VALOR TOTAL	DEP. AÑOS	AÑO				
			1	2	3	4	5
Equipo de Computación	1107	3	369,15	369,15	369,15	0,00	0,00
Equipo de Oficina	966	3	322,04	322,04	322,04	0,00	0,00
Maquinarias	10302	10	1030,23	1030,23	1030,23	1030,23	1030,23
TOTAL GENERAL	12.376		1721,41	1721,41	1721,41	1030,23	1030,23
DEP. ACUM			1721,41	3442,82	5164,23	6194,46	7224,70

Elaborado por: Lisette Carreño

CUADRO N° 70
MANTENIMIENTO DE LOS NUEVOS ACTIVOS FIJOS
EXPRESADO EN DÓLARES

NOMBRE DE ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	2	50	100
Impresora	2	40	80
Maq. Registradora	2	50	100
Congelador para ensaladas de frutas	2	230	460
Licuadoras Industriales	4	200	800
Exprimidor de jugos Industrial.	3	200	600
Frigorífico	1	250	250
Extractor Industrial	3	200	600
TOTAL GENERAL	19	1220	3.170

Elaborado por: Lisette Carreño.

CUADRO N° 71

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS Y ALQUILER DEL LOCAL

Energía Eléctrica	%	480	506	534	563	594	2677
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,3	144	152	160	169	178	803
C.G.F	0,7	336	354	374	394	416	1874
Total	1,00	480	506	534	563	594	2677

Agua Potable	%	240	253	267	282	297	1339
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,25	60	63	67	70	74	335
C.G.F	0,75	180	190	200	211	223	1004
Total		240	253	267	282	297	1339

Telefonía	%	240	253	267	282	297	1339
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,6	144	152	160	169	178	803
C.G.F	0,4	96	101	107	113	119	535
Total		240	253	267	282	297	1339

Internet	%	300	316	334	352	371	1673
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,6	180	190	200	211	223	1004
C.G.F	0,4	120	127	133	141	148	669
Total		300	316	334	352	371	1673

Alquileres	%	4200	4430	4672	4928	5197	23427
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,2	840	886	934	986	1039	4685
C.G.F	0,8	3360	3544	3738	3942	4158	18741
Total		4200	4430	4672	4928	5197	23427

Suministros	%	1020	1076	1135	1197	1262	5689
Centros de costo	AÑO	1	2	3	4	5	Acumulado
Administración	0,8	816	861	908	957	1010	4551
C.G.F	0,2	204	215	227	239	252	1138
Total		1020	1076	1135	1197	1262	5689

Elaborado por: Lissette Carreño.

**EQUIPOS E INSUMOS
REQUERIDOS PARA
LA PRODUCCIÓN**

**CUADRO N° 72
MAQUINARIA**

IMAGEN	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
	FRIGORÍFICO	FRIGORÍFICO VERTICAL 3 PUERTAS. PARRILLAS DE HACERO INOXIDABLE. MEDIDOR DE TEMPERATURA. PUERTAS PANORÁMICAS EN ALUMINIO	2
	LICUADORAS INDUSTRIALES	DE 16 LITROS, MODELO DE PEDESTAL VOLCABLE, VASO TOTALMENTE FABRICADO EN ACEROINOXIDABLE PARA ALIMENTOS, MOTORES BRASILEROS.	5
	EXPRIMIDOR INDUSTRIAL DE CITRICOS	PROCESA 15 NARANJAS POR MINUTO, INCLUYE DOS CONOS: PEQUEÑO PARA LIMON; GRANDE PARA NARANJA, TORONJA INCLUYE VASO RECOLECTOR DE 1 LITRO. MOTOR 0.25 CV - ACABADO EN ALUMINIO BRILLANTE. ELECTRICO 110 VOLTIOS / 1750 REVOLUCIONES POR MINUTO.	3
	EXTRACTOR INDUSTRIAL	DE USO FÁCIL Y RÁPIDO PARA PRODUCIR HASTA 40 LITROS DE JUGO SISTEMA AUTOMÁTICO DE DRENADO DE BAGAZO, YA QUE EL BAGAZO ES LIBERADO SIN TENER QUE DETENER LA PRODUCCIÓN.	2
	CONGELADOR PARA ENSALADAS DE FRUTAS	TODO EN ACERO INOXCIDABLE	2

Elaborado por: Lissette Carreño

**CUADRO N° 73
UTILITARIA DE COCINA**

IMAGEN	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
	CUCHILLOS	TRAMONTINA, ACERO INOXIDABLE (6 PULGADAS)	4
	RECIPIENTES	TAMAÑOS: GRANDES DE 20 ML MEDIANOS DE 10 ML Y PEQUEÑOS DE 5 ML DE MATERIAL PLÁSTICO	5
	TABLA DE PICAR	MATERIAL PLÁSTICO, MEDIANA. (36X14CM.)	5
	CUCHARAS PLASTICAS PEQUEÑAS	TORPLAS X 50 UNIDADES	200
	CUCHARAS DE MESA	TRAMONTINA DE 3 PIEZAS CON MANGO AZUL Y ACERO INOXIDABLE	4
	COLADOR INDUSTRIAL	DE ALUMINIO CON FINOS HILOS DE ACERO Y MANGO DE CAUCHO	8
	SERVILLETAS	ELITE DOBLE HOJA X 300 UNID	6
	FUNDAS TÉRMICAS	ZIPLAC DOBLE CIERRE 0,5 LTRO. X 100 UNID	4
	PINZAS	MULTIUSOS TRAMONTINA	5
	SORBETES	21 CM. PRESENTACIÓN DE COLORES, FLEXIBLES X100 UNID.	7

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 74
MUEBLES Y ENSERES

IMAGEN	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
	ARCHIVADORES VERTICALES	ARCHIVADORES AEREOS, ESCRITORIOS, TANDENES.	3
	ESCRITORIO	MADERA, CON TRES CAJONES, UN CAJÓN CON LLAVE.	5
	SILLA DE ESCRITORIO	MADERA, CON COJÍN, FORRADA, GIRATORIA	5
	MESAS Y SILLAS DE BAR	MESA REDONDA DE HIERRO Y MADERA. SILLAS METÁLICAS	6

	SILLAS DE BAR	SILLA TABURETE. ALTURA REGULABLE. APOYA PIES.	3
	REPISA	ANAQUELES ESQUELETO DE ACERO INOXIDABLE. DIMENSIONES: FRENTE 0.84 ALTO 1.80 FONDO 0.44 MTS. MODELO AEI-0904 REPISA DE FIERRO COLOR	2
	AIRE ACONDICIONADO	MARCA SPLIT WESTINGHOUSE 24000 BTUS.	2
	TELEFONO	PANASONIC KX- TG1061 TEL C/CONTEST + 1 INALAMBRICO	2

Elaborado por: Lissette Carreño

CUADRO N° 75
MATERIALES DE ASEO

IMAGEN	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
	ESCOBA	MADERA	1
	RECOGEDOR DE BASURA # 2C	MATERIAL DE PLÁSTICO	1
	TRAPEADOR	L GEDON CON MANGO (MOPA ZIGZAG A)	1
	TACHO DE BASURA	TACHO HERKULES GRANDE C/RUEDAS	2
	ESPONJAS DE COCINA	UN PAQUETE DE 5 UNIDADES	2
	LIMPIADOR LÍQUIDO	FRESKLIN (1 LITRO)	5

	DETERGENTES	DEJA (1 KG)	5
	COLORO	GALÓN	5
	MANDILES	TELA	6
	GUANTES	DESECHABLES DE 100 UNIDADES	1
	FUNDAS BIODEGRADABLES PARA BASURA	23X28 PULG. (10 UNID)	5
	AMBIENTALES	GLADE DE VAINILLA	5
	PAPEL HIGIÉNICO	SCOTT 12X550 MTS	5
	JABÓN DE TOCADOR YOLLI	PAQUETE X3UNID	5
	GORRAS	DE ALGODÓN COM MEEDIDAS DE 40X40	6

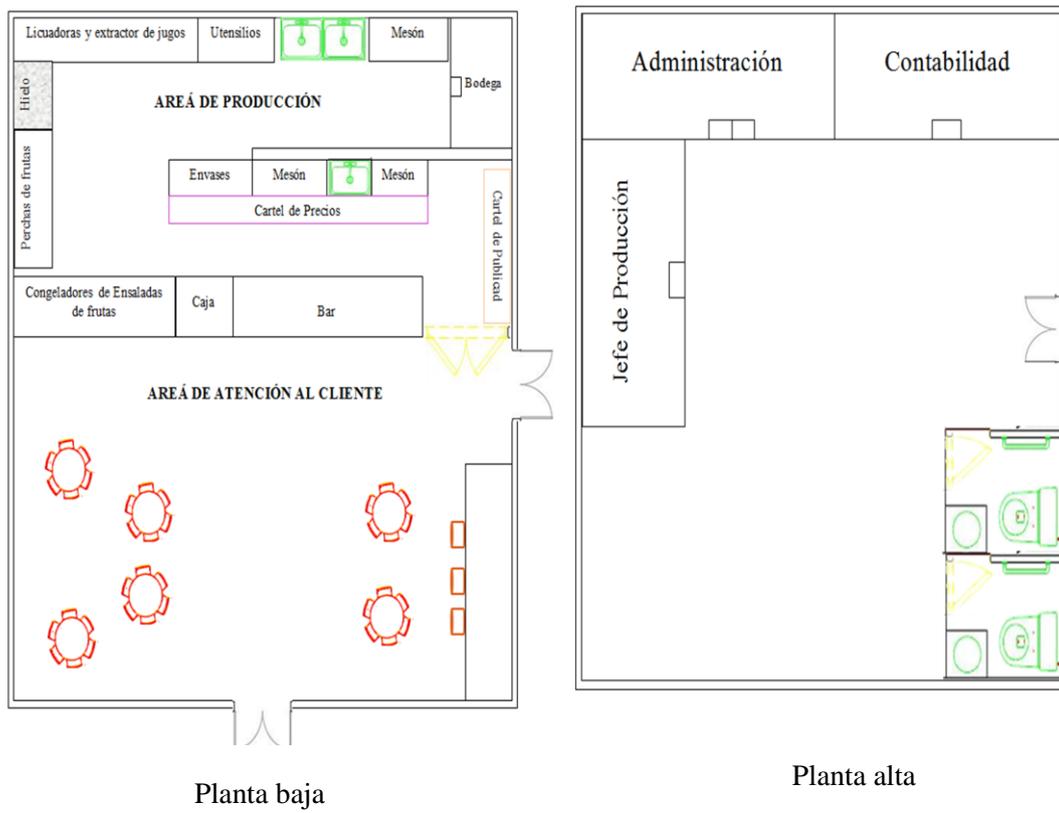
**CUADRO N° 76
TECNOLOGIA**

EQUIPOS	CARACTERÍSTICAS
	<p align="center">MEMORIA 2GB DDR3 KINSTOM DISCO DURO320 GB SATA EXPANDIBLE DVD WRITER 22 XL DOBLE CAPA LECTOR DE TARGETAS SD 7-1 TECLADO MULTIMEDIA, MOUSE PARLANTES. MONITOR LCD 18.5" LG</p>
	<p align="center">IMPRESORA MULTIFUNCIÓN EPSON TX320F CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA</p>
	<p align="center">CAJA REGISTRADORA SAM4S ER-350II AUTORIZADA POR EL SRI 300 PRODUCTOS 12 LINEAS DE LOGOTIPO (SUPERIOR E INFERIOR) 10 CAJEROS TECLAS PARA: DESCUENTO, RECARGO, CUPON, ERROR, ANULACION, CANCELACIÓN INGRESO DE CAJA, PAGOS, CONVERSIÓN DE MONEDAS, APERTURA DE GAVETA</p>

Elaborado por: Lisette Carreño

DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DEL LOCAL

GRÁFICO N° 26 DISEÑO DEL LOCAL



Elaborado por: Lissette Carreño

GLOSARIO

Antioxidantes.- Es una molécula capaz de retardar o prevenir la oxidación de otras moléculas. Anula los efectos perjudiciales de los radicales libres en las células, se encuentran en las frutas y vegetales ricos en polifenoles y antocianinas al consumirla baja la incidencia de contraer cáncer, enfermedades cardíacas y algunas enfermedades neurológicas.

Desintoxicante.- Sustancia que expulsa los tóxicos del organismo y combate sus efectos.

Diurético.- Aumenta la secreción y excreción de la orina.

Depurativo.- Medicamento que purifica los humores y especialmente la sangre.

Flavonoides.- Término genérico para compuestos bioactivos inflamatorios.

Laxante.- Sustancia que estimula el movimiento intestinal para eliminar las heces fecales del cuerpo.

Manganeso.- Es un elemento químico de número atómico, y en exceso es toxico.

Magnesio.- Es un mineral que tiene muchas propiedades pero es muy conocido por ayudar a la absorción del calcio y ser un potente relajante muscular.

Nutrición.- Requerimiento diario de vitaminas y minerales.

Vitaminas.- Son sustancias orgánicas, de naturaleza y composición variada, imprescindibles en el proceso metabólico que tiene lugar en la nutrición de los seres vivos.

Vitamina C.- Protege las arterias. Estimula el sistema inmunitario.

Vitamina E.- Es el suplemento vitamínico más importante para combatir los achaques de la edad. Bloquea la oxidación del colesterol malo y otros lípidos perjudiciales. Previene los infartos y el cáncer, evita el deterioro de las arterias. Incrementa las defensas. Protege al cerebro de enfermedades degenerativas.

ABREVIATURAS

BNF: Banco Nacional del Fomento.

CFNI: Instituto de Nutrición y Alimentos del Caribe.

CFN: Corporación Financiera Nacional.

ECN: Enfermedades crónicas asociadas a la nutrición.

G: Gramos.

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

MIPRO: Ministerio de Industria y Productividad

MIIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social.

MICIP: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

OMS: Organización Mundial de la Salud.

OZ: Onza

RUC: Registro Único del Contribuyente.

SECIAN: Sociedad Ecuatoriana de Ciencias de la Alimentación y Nutrición.

TIA: Tiendas Industriales y Asociados.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

TMAR: Tasa Mínima Atractiva de Retorno.

UE: Unión Europea.

.

VAN: Valor Actual Neto.

Lic. Ana del Pilar Quinde Mateo, Mg.
Licenciada en Educación
Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa
Cel.: 089949023 042941179

CERTIFICACIÓN ORTOGRÁFICA

Por medio de la presente certifico que se procedió a la lectura, revisión y corrección gramatical y sintáctica del trabajo escrito de la tesis de la estudiante, **LISSETTE JOHANNA CARREÑO MALDONADO**, de la Carrera de Administración de Empresa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Previo la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

La interesada podrá hacer uso del presente documento, en la entrega final de su trabajo de investigación denominado: **“CREACIÓN DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012”**.

La Libertad, 31 de julio de 2012



Lic. Ana del Pilar Quinde Mateo, Mg.



**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



MIPRO
Ministerio de Industrias
y Productividad

Oficio CDE-CAE-0001-2013

La Libertad, Enero 08 de 2013

Señora Ingeniera
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE

Por medio del presente, comunico a usted que:

Luego de la evaluación de Proyecto presentado por el egresado de la carrera de Administración de Empresa CARRERÑO MALDONADO LISSETTE JOHANNA denominado **“CREACION DE EMPRESA ALIMENTICIA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS A BASE DE FRUTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”** se encuentra dentro de los sectores priorizados de la agenda de desarrollo productivo del Gobierno Nacional, por lo tanto a través del Centro y con el apoyo de las diferentes entidades de Gobierno, es posible la puesta en marcha de dicho proyecto.

Atentamente

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO

Archivo. MAC