



UNIVERSIDAD ESTATAL  
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, en la comuna Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena, 2012-2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANDRES PATRICIO MEJILLONES CASTRO**

Tutor

**ING. JHONNY REYES DE LA CRUZ MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes  
a base de la pulpa del maracuyá, en la comuna Manantial de Chanduy,  
provincia de Santa Elena, año 2012-2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANDRES PATRICIO MEJILLONES CASTRO**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**La Libertad diciembre del 2012**

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena año 2013”, elaborado por el alumno Andrés Patricio Mejillones Castro egresado de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

**Ing. JHONNY REYES DE LA CRUZMSc.**

**TUTOR**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

**Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA FACULTAD  
CC. ADMINISTRATIVA**

---

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

---

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

---

**Ing. Johnny Reyes de la Cruz, MSc.  
TUTOR**

---

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

## **DEDICATORIA**

Gratitud imperecedera a mis queridos padres: Calixto y Teresa. Amor, comprensión y apoyo incondicional me han brindado día a día, ellos son el motivo del constante esfuerzo realizado para cumplir esta meta anhelada.

Para ellos dedico el presente trabajo.

## **DEDICATORIA**

Dedico este primer éxito de mi vida profesional a Dios por darme la capacidad y la fortaleza necesaria para salir siempre adelante pese a las dificultades, por colocarme en el mejor camino, iluminando cada paso de mi vida. Diosito aunque no te palpe, sé que siempre estás aquí conmigo en las buenas y en las malas, por eso te pido que me bendigas como profesional y futuro Ingeniero en Administración de Empresas.

A mis queridos padres, son ustedes quienes verdaderamente son los dueños de este título, sin su apoyo no lo habría logrado, mil gracias por ser mis guías, y ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación. A ustedes les dedico el producto de este aprendizaje que siempre llevaré grabado en mi corazón.

## **DEDICATORIA**

A ti Gabriela Rosales, que con tu amor cambiaste mi manera de ver la vida, te agradezco por todas las atenciones, detalles y palabras de aliento cuando más las necesitaba, gracias por acompañarme y ser mi apoyo en todo momento, por ayudarme y hasta regañarme, porque tu mi vida eres parte de este logro. Eres mi presente y mi futuro. Te amo.

A mi amiga y hermana Fabiola Mejillones, por tender sus manos cuando pensaba que no había solución en algún problema, sé que cuento contigo incondicionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Padre Celestial quién, con su sagrada bendición nos guió por el camino de la sabiduría y entendimiento para desarrollar y culminar con éxito nuestro proyecto y hacer realidad uno de nuestros sueños anhelados.

Nuestro más sincero agradecimiento e imperecedero a todos nuestros amigos que de una u otra forma nos orientaron a la realización de este trabajo.

Grato reconocimiento al Ing. Johnny Reyes de la Cruz por el tiempo brindado durante estos meses, y por haber impartido sus conocimientos profesionales en el desarrollo de mi tesis.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a sus autoridades y catedráticos por encarrilarnos por el camino del aprendizaje profesional.

A todos ellos gracias.



**UNIVERSIDAD ESTATAL**  
**PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

“Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, comuna Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena año 2013”

**Autor:** Andres Patricio Mejillones Castro

**Tutor:** Ing. Jhonny Reyes de la Cruz

**RESUMEN**

La presente tesis “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, comuna Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena año 2012”, presenta la investigación de campo orientada al desarrollo empresarial en la rama comercial de la fabricación, se podrá precisar las dificultades por las que atraviesa el sector comercial en nuestro país y en la región peninsular, así como la escasa preocupación de los gobiernos de turno por fortalecer este fragmento de la población, cuyo trabajo ha decaído en los últimos tiempos debido a la competencia de los perfumes importados. El análisis de las encuestas realizadas a las diferentes personas de distintos cantones que hacen uso de este producto, ha permitido establecer la demanda existente e insatisfecha por los operarios locales, igualmente se podrá apreciar los recursos, habilidades y capacidades existentes en el medio, lo cual sustentará la factibilidad de llevar a cabo nuestro proyecto. En el estudio de mercado se establece claramente la necesidad de establecer una empresa que preste este producto de fabricación y comercialización de perfumes, la inexistencia de asociatividad entre los comuneros y las diferencias que los dividen ha impedido que éstos sean competitivos y que puedan abastecer el mercado local, por lo que las instituciones se han visto en la necesidad de contratar empresas

productoras que les brinden el producto, buscando principalmente aquellas que tengan la capacidad de producción suficiente para cubrir la demanda existente. La gestión empresarial en la rama comercial de la fabricación se convertiría en una alternativa ocupacional y laboral para quienes se dedican a la compra y venta de este producto, mejorando su economía, estilo de vida y fomentando el desarrollo de la región. La tesis propone la creación de una empresa que ofrezca los servicios de fabricación y comercialización de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, que beneficie a las personas que habitan dentro de la provincia de Santa Elena, a los operarios y a la comunidad en general.

## INDICE GENERAL

<u>APROBACIÓN DEL TUTOR</u> .....	ii
<u>DEDICATORIA</u> .....	iv
<u>DEDICATORIA</u> .....	v
<u>DEDICATORIA</u> .....	vi
<u>AGRADECIMIENTO</u> .....	vii
<u>RESUMEN</u> .....	viii
<u>INTRODUCCIÓN</u> .....	i
<u>2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN</u> .....	3
<u>2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u> .....	3
<u>2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u> .....	5
<u>2.3. SISTEMATIZACIÓN</u> .....	5
<u>2.4. OBJETIVOS</u> .....	5
<u>2.4.1. OBJETIVO GENERAL</u> .....	5
<u>2.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS</u> .....	5
<u>2.5. JUSTIFICACIÓN</u> .....	6
<u>2.6. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</u> .....	8
<u>CAPÍTULO I</u> .....	11
<u>1. Marco teórico de estudio</u> .....	11
<u>1.1. Antecedentes: comuna Manantial de Chanduy</u> .....	11
<u>1.1.1. Reseña histórica</u> .....	11
<u>1.1.2. Organización territorial</u> .....	11
<u>1.1.3. Características demográficas</u> .....	13
<u>1.1.4. Organización económica</u> .....	14
<u>1.1.5. Relación de género en las actividades productivas</u> .....	16
<u>1.2. Antecedentes históricos del perfume</u> .....	16
<u>1.2.1 Situación actual</u> .....	17
<u>1.2.1.1 Conocimientos básicos</u> .....	18
<u>1.2.1.2 Origen del cultivo</u> .....	18
<u>1.2.2. Valor nutritivo</u> .....	18
<u>1.2.3. Origen y botánica</u> .....	19
<u>1.2.4 Distribución geográfica</u> .....	20
<u>1.2.5. Comportamiento de la producción durante el año</u> .....	20
<u>1.2.6. Ubicación del cultivo</u> .....	21

<u>1.2.7. Clima</u> .....	21
<u>1.2.7.1. Radiación solar</u> .....	21
<u>1.2.7.2. Humedad relativa</u> .....	22
<u>1.2.7.3. Vientos</u> .....	22
<u>1.2.7.4. Precipitación pluvial</u> .....	22
<u>1.2.7.5. Suelos</u> .....	22
<u>1.2.7.6. Selección del material de siembra</u> .....	23
<u>1.2.8. Variedades comerciales</u> .....	23
<u>1.2.9. Derivados del maracuyá</u> .....	24
<u>1.2.9.1 Procedencia de la maracuyá a nivel mundial</u> .....	26
<u>1.2.9.2. Formas de organización</u> .....	26
<u>1.2.10. Marco Legal</u> .....	26
<u>1.2. Fundamentación teórica: Creación de empresa</u> .....	28
<u>1.2.1. Teoría de la empresa</u> .....	29
<u>1.2.1.1. Teoría de la organización</u> .....	30
<u>1.2.1.2. Producción. Servicios</u> .....	31
<u>1.2.1.3. Factores de Producción</u> .....	31
<u>1.2.1.4. Trabajo</u> .....	32
<u>1.3. Contenido y elementos comunes de un plan de empresa:</u> .....	32
<u>1.3.1. Etapas del plan de negocio</u> .....	34
<u>1.3.2. Aspectos institucionales</u> .....	35
<u>1.3.3. Sobre el producto</u> .....	35
<u>1.3.4. Análisis de mercado</u> .....	35
<u>1.3.5. Análisis técnico</u> .....	35
<u>1.3.6. Análisis financiero</u> .....	35
<u>CAPITULO II</u> .....	36
<u>2. METODOLOGÍA</u> .....	36
<u>2.1 Diseño de la investigación</u> .....	36
<u>2.1.1 Investigación Cualitativa</u> .....	37
<u>2.1.2 Investigación Cuantitativa</u> .....	37
<u>2.2 Modalidad de la investigación</u> .....	37
<u>2.3 Tipos de investigación</u> .....	38
<u>2.3.1 Investigación descriptiva</u> .....	38
<u>2.3.2 Investigación Bibliográfica</u> .....	39

<u>2.3.3 Investigación documental</u> .....	39
<u>2.4 Métodos de investigación</u> .....	40
<u>2.4.1 Método Analítico</u> .....	40
<u>2.4.2 Método Sintético</u> .....	41
<u>2.4.3 Método deductivo</u> .....	41
<u>2.5 Técnicas de investigación</u> .....	41
<u>2.5.1 Encuesta</u> .....	41
<u>2.5.2 Entrevista</u> .....	42
<u>2.5.2.1 Entrevista no estructurada</u> .....	42
<u>2.6 Instrumentos de investigación</u> .....	43
<u>2.6.1 Cuestionario</u> .....	43
<u>2.6.1.1 Preguntas abiertas</u> .....	44
<u>2.6.1.2 Preguntas cerradas</u> .....	44
<u>2.6.3 Guía de entrevista</u> .....	44
<u>2.7. Poblacion y Muestra</u> .....	45
<u>2.7.1. Población</u> .....	45
<u>2.7.2 Muestra</u> .....	45
<u>2.7.3 Muestreo</u> .....	45
<u>2.7.4 Calculo de la muestra</u> .....	45
<u>2.7.5 Tamaño de la muestra</u> .....	46
<u>2.8 Procesamiento de la investigación</u> .....	47
<b><u>CAPÍTULO III</u></b> .....	49
<b><u>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</u></b> .....	49
<b><u>3.1. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA</u></b> .....	50
<b><u>3.2 ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA</u></b> .....	61
<b><u>3.3CONCLUSIONES</u></b> .....	63
<b><u>3.4 RECOMENDACIONES</u></b> .....	64
<b><u>CAPITULO IV</u></b> .....	65
<b><u>4.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO</u></b> .....	65
<b><u>4.2.1. Objetivo General</u></b> .....	65
<b><u>4.2.2. Objetivos Específicos</u></b> .....	65
<b><u>4.3.2. Infraestructura de la planta</u></b> .....	66
<b><u>4.4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</u></b> .....	67
<b><u>4.4.1. Misión</u></b> .....	67

<u>4.4.2. Visión</u> .....	67
<u>4.4.3. Valores</u> .....	68
<u>4.4.4. Organigrama</u> .....	68
<u>4.5. Orgánico Funcional</u> .....	69
<u>4.6. Constitución de la empresa</u> .....	72
<u>4.6.1. Características</u> .....	72
<u>4.6.2. Número de socios</u> .....	72
<u>4.6.3. Razón Social</u> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<u>4.6.4. Nombre de la empresa</u> .....	73
<u>4.6.5. Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)</u> .....	73
<u>4.6.6. Capital mínimo</u> .....	73
<u>4.6.7. Permisos</u> .....	74
<u>4.7. Matriz FODA</u> .....	76
<u>4.7.1. Descripción de la matriz FODA</u> .....	76
<u>4.8. Características del producto</u> .....	79
<u>4.8.1. Marketing Mix</u> .....	79
<u>4.8.2. Precio:</u> .....	79
<u>4.8.3. Plaza:</u> .....	79
<u>4.8.4. Promoción y comercialización:</u> .....	79
<u>4.8.5. Producto:</u> .....	80
<u>4.8.6. Envase:</u> .....	80
<u>4.8.7. Empaque</u> .....	82
<u>4.8.8. Embalaje</u> .....	83
<u>4.9. Estudio Técnico</u> .....	84
<u>4.9.1. Tamaño y localización óptima del proyecto</u> .....	84
<u>4.9.2. Tamaño del proyecto</u> .....	84
<u>4.9.3. Método de Lange</u> .....	84
<u>4.9.4. Método de Escalación</u> .....	85
<u>4.9.5. Localización óptima del proyecto</u> .....	85
<u>4.9.6. Método de Vogel</u> .....	86
<u>4.9.7. Método Cualitativo por Puntos</u> .....	86
<u>4.9.8. Macro Localización</u> .....	87
<u>4.9.9. Micro localización</u> .....	88
<u>Grafico No. 17</u> .....	89

<u>Micro localización</u> .....	89
<u>4.9.10. Tecnología de maquinarias y equipos</u> .....	89
<u>4.9.11. Factores relevantes que determinan la adquisición de equipos y maquinarias</u> .....	90
<u>4.9.12. Proceso productivo</u> .....	99
<u>4.9.12.1. Descripción del proceso de producción</u> .....	100
<u>4.9.13. Uso de diagrama de flujo para la empresa</u> .....	102
<u>4.9.14. Disponibilidad de la materia prima para el proceso de fabricación</u> ....	102
<u>4.9.15. Estudio organizacional</u> .....	102
<u>4.9.15.1. Organización administrativa</u> .....	102
<u>4.10. Estrategias y cursos de acción</u> .....	103
<u>4.10.1. Estrategia de crecimiento</u> .....	103
<u>4.10.2. Estrategia de rentabilidad</u> .....	104
<u>4.10.3. Estrategia de mejoramiento</u> .....	104
<u>4.10.4. Estrategia de posicionamiento</u> .....	105
<u>4.11. Políticas</u> .....	106
<u>4.11.1. Políticas Institucionales</u> .....	106
<u>4.11.2. Políticas de servicio y atención al cliente</u> .....	106
<u>4.11.3. Políticas de mercado y publicidad</u> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<u>4.11.4. Políticas de recursos humanos</u> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<u>4.12. Programas</u> .....	107
<u>4.12.1. Mejorar el nivel de vida de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy en la provincia de santa Elena</u> .....	107
<u>4.12.2. Imagen y posicionamiento</u> .....	109
<u>Actualizar tecnología</u> .....	111
<u>4.13. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</u> .....	112
<u>4.13.1. Estudio económico</u> .....	112
<u>4.14. Balance Inicial</u> .....	113
<u>4.15. Determinación de costos</u> .....	114
<u>4.15.1. Tipo de costos</u> .....	116
<u>4.15.2. Costos fijos</u> .....	116
<u>4.15.3. Costos variables</u> .....	116
<u>4.16. Inversiones del proyecto</u> .....	117
<u>4.17. Flujo de efectivo</u> .....	118
<u>4.18. Depreciaciones</u> .....	121

<u>4.19. Evaluación financiera</u> .....	124
<u>4.20. Capital de trabajo</u> .....	124
<u>4.21. Punto de equilibrio</u> .....	125
<u>4.22. Estado de resultado</u> .....	126
<u>4.23. Balance general proyectado</u> .....	129
<u>4.24. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.</u> .....	131
<u>4.24.1. CASH FLOW.</u> .....	131
<u>4.24.2. CASH FREE.</u> .....	132
<u>4.25. Métodos de evaluación de recuperación descontada van, tir.</u> .....	133
<u>4.25.1. Valor actual neto (VAN)</u> .....	133
<u>4.25.2. Tasa interna de retorno (TIR)</u> .....	133
<u>4.26. Análisis de sensibilidad.</u> .....	134
<u>4.26.1. Escenario positivo.</u> .....	135
<u>4.26.2. Escenario negativo.</u> .....	135
<u>4.27. Evaluación social</u> .....	135
<u>4.28. Impacto Ambiental</u> .....	136
<u>CONCLUSIONES</u> .....	139
<u>RECOMENDACIONES</u> .....	141
<u>BIBLIOGRAFIA</u> .....	143
<u>GLOSARIO</u> .....	146
<u>ABREVIATURAS</u> .....	149



## INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO	1	Mapa territorial	11
GRAFICO	2	Mapa territorial II	11
GRAFICO	3	Mapa territorial III	12
GRAFICO	4	Anexo de las Encuestas	51
GRAFICO	5	Anexo de las Encuestas	52
GRAFICO	6	Anexo de las Encuestas	53
GRAFICO	7	Anexo de las Encuestas	54
GRAFICO	8	Anexo de las Encuestas	55
GRAFICO	9	Anexo de las Encuestas	56
GRAFICO	10	Anexo de las Encuestas	57
GRAFICO	11	Anexo de las Encuestas	58
GRAFICO	12	Anexo de las Encuestas	59
GRAFICO	13	Anexo de las Encuestas	60
GRAFICO	14	Infraestructura de la planta	67
GRAFICO	15	Presentación del organigrama	69
GRAFICO	16	Grafico del Producto	80
GRAFICO	17	Grafico del Envase	81
GRAFICO	18	Mapa Macro localización	88
GRAFICO	19	Mapa Micro localización	89
GRAFICO	20	Tecnología	89
GRAFICO	21	Maquinarias	90
GRAFICO	22	Maquinarias	91
GRAFICO	23	Maquinarias	91
GRAFICO	24	Maquinarias	92
GRAFICO	25	Maquinarias	92
GRAFICO	26	Maquinarias	93
GRAFICO	27	Maquinarias	94
GRAFICO	28	Maquinarias	94
GRAFICO	29	Maquinarias	95
GRAFICO	30	Maquinarias	95
GRAFICO	31	Equipo y Muebles de Oficina	96
GRAFICO	32	Teléfono	96
GRAFICO	33	Escritorio	97
GRAFICO	34	Sillas giratorias	98
GRAFICO	35	Sillas Normales	99

## INDICE DE TABLAS

TABLA	Habitantes Comuna Manantial de Chanduy	13
TABLA	Relación de Géneros	14
TABLA	Contenido de un plan de empresa	32
TABLA	Total de población	46
TABLA	Encuestados Muestra	47
TABLA	Anexo de las Encuestas	51
TABLA	Anexo de las Encuestas	52
TABLA	Anexo de las Encuestas	53
TABLA	Anexo de las Encuestas	54
TABLA	Anexo de las Encuestas	55
TABLA	Anexo de las Encuestas	56
TABLA	Anexo de las Encuestas	57
TABLA	Anexo de las Encuestas	58
TABLA	Anexo de las Encuestas	59
TABLA	Anexo de las Encuestas	60
TABLA	Matriz FODA	76
TABLA	Balance Inicial	116
TABLA	Costo de producción	117
TABLA	Costos Fijos	118
TABLA	Costos Variables	119
TABLA	Inversión	120
TABLA	Flujo de Efectivo	122
TABLA	Vida útil	123
TABLA	Depreciaciones	124
TABLA	Capital de trabajo	125
TABLA	Punto de Equilibrio	128
TABLA	Estado de resultado	130
TABLA	Balance general	132
TABLA	Cash Flow	133
TABLA	Cash free	134
TABLA	Van y Tir	135
TABLA	Análisis de sensibilidad	136
TABLA	Escenario positivo	137
TABLA	Escenario negativo	137

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO	1	Anexo Cuestionario de Encuesta	157
ANEXO	2	Anexo Cuestionario de Encuesta	158
ANEXO	3	Anexo Cuestionario de Entrevista	159
ANEXO	4	Anexo Cuestionario de Entrevista	160
ANEXO	5	Plan de Acción	161
ANEXO	6	Plan de Acción	162
ANEXO	7	Página Web	163
ANEXO	8	Tienda Virtual	163
ANEXO	9	Fotos	164
ANEXO	10	Fotos	165

## INTRODUCCIÓN

Numerosos países de Asia, África y América han intentado mejorar su situación económica mediante la promoción y el desarrollo de cultivos alternativos, cultivos no tradicionales de exportación o cultivos exóticos. Este desarrollo se intenta, en su casi totalidad, mediante la propagación y cultivo de plantas tropicales y subtropicales y de hortalizas y flores de todo clima. El maracuyá es uno de los que se consideran promisorios.

El hecho de que la población de los países de mayores ingresos se interesa tanto por el consumo de productos raros o desconocidos porque son propios de otros climas o de productos naturales y energéticos, representa para los países de menores ingresos la existencia de mercados atractivos por su tamaño y su capacidad de compra.

El presente proyecto realiza un análisis de las principales características del proceso de industrialización y comercialización, también un estudio sobre el mercado, identificando aspectos importantes de la producción y la demanda.

Se efectuara un análisis financiero y económico para demostrar si es o no rentable y plantea las estrategias para implementar el negocio y tener una buena acogida en el mercado.

**CAPITULO 1 MARCO TEORICO.-** En este capítulo detallamos los antecedentes de la comuna Manantial de Chanduy, los recursos naturales y forestales, las características principales de las maravillas turísticas y la tierra fértil que posee, el análisis del nivel de vida que tienen los productores de la comuna.

**CAPITULO 2 METODOLOGIA.-** Comprende la metodología, se fundamenta en las respectivas técnicas de recolección de datos como: encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales, donde se pudo recabar toda la información necesaria que permitiera conocer las necesidades de nuestros posibles clientes.

**CAPITULO 3 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.-** Contiene, el análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, la cual está estructurado por la pregunta, el cuadro de frecuencia, el gráfico y el análisis e interpretación de los resultados y estudio técnico donde se detallan la manera de cómo está distribuida la creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.

**CAPITULO 4 PROPUESTA.-** Comprende el contexto y análisis técnico donde se estudian todas las características de la comuna, en el análisis financiero que se elaboró se detallan todos los activos, los pasivos y patrimonio de la empresa el periodo de recuperación de la inversión, el pro y el contra en situaciones diferentes dentro del mercado nacional.

## **1. TEMA**

“Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, en la comuna Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena, 2013-2014”

## **2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Por observación empírica del entorno y por medio de las relaciones personales de los autores, se llega a la conclusión preliminar de que en la comuna Manantial “Agrícola Valle Manantial”, existe una gran producción de maracuyá así como en otros sectores de la provincia : la Asociación Agrícola Jesús del Gran Poder Comuna el Azúcar; productores de la Comuna Las Balsas, Productores de la Comuna Salanguillo, productores de la Comuna Cerezal Bellavista, para lo cual no existe una empresa productora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá que satisfaga las exigencias del consumidor en cuanto a sabor, calidad, presentación y precio se refiere.

Los productos sustitutos existentes no presentan las características de frescura, calidad, sabor y presentación deseada por los consumidores y que puede ofrecer la pulpa de frutas congelada.

Debido a lo aparentemente simple que es obtener este producto cada día nacen nuevos microempresarios, pero así mismo desaparecen otros debido a la fuerte competencia y cambios en precios, niveles de oferta y calidades de materias primas y de productos terminados. Cuando se decide montar una empresa que dedique a comercializar e industrializar productos derivados del maracuyá, se deben tener respuestas a preguntas críticas que de antemano pueden evitar problemas tanto de orden técnico como económico, tales como: ¿Qué frutas

procesar, dónde y cuándo conseguirlas?, una vez obtenidas mediante operaciones adecuadas, ¿cómo conservarlas? y lo más importante ¿a quién venderlas?

Es indispensable satisfacer las exigencias que va imponiendo el mercado como por ejemplo, los consumidores que, por carecer del tiempo suficiente, requieren productos prácticos que se puedan conservar por largo tiempo y cocinar fácilmente. Las frutas son productos altamente perecederos con una explotación de baja tecnología. En la evolución de las fábricas de conservas alimenticias de la región no se observa un desarrollo técnico significativo, el cual es necesario para el fortalecimiento de la producción y comercialización de las frutas.

El problema que se pretende solucionar con el desarrollo del presente estudio, es la ausencia de una empresa que ofrezca a los consumidores de la región un producto de calidad, buen precio, excelente presentación y amplia disponibilidad; no se encuentra en el mercado local productos derivados de esta fruta que reúnan las características anteriores, sobre todo en la utilización de los desechos de la fruta de los cuales se puede obtener pectina. Estos residuos conforman casi un 70 a 75 % de materia que es destinada a desecharse; que se emplea en la elaboración de mermeladas de todo tipo de frutas incluyendo de aquellas que necesitan pectina adicional, la cual es actualmente adquirida comercialmente de terceros.

En este orden de ideas y vista la necesidad de racionalizar y profesionalizar las actividades para optimizar resultados y obtener beneficios, se plantea el “Proyecto de estudio de factibilidad para la comercialización e industrialización de productos derivados del maracuyá para el mercado local y nacional como alternativa para mejorar el nivel de vida de los productores y habitantes en general de la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena en el periodo 2012 – 2013.

## **2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué viabilidad puede tener el montaje de una Empresa Industrial Procesadora y Comercializadora de productos derivados del maracuyá en la comuna Manantial del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena?

## **2.3. SISTEMATIZACIÓN**

- ¿Cuáles son los resultados esperados y la proyección de la empresa a mediano y largo plazo?
- ¿Qué características especiales y cualidades específicas deberá tener la empresa por su ubicación en la zona peninsular de tipo comercial?
- ¿De qué forma afectara en la comuna manantial de Chanduy la creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfume?
- ¿Cuál ha sido la conducta de las principales autoridades y habitantes de la comuna Manantial de Chanduy?

## **2.4. OBJETIVOS**

### **2.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Crear una empresa para la industrialización y comercialización de los perfumes a base de la pulpa del maracuyá para el mercado local y nacional. Como alternativa para mejorar el nivel de vida de los productores y habitantes en general de la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena en el periodo

2012 – 2013.

### **2.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Plantear las estrategias de productividad y comercialización del producto.
- Determinar la producción de maracuyá en la zona, para determinar la capacidad productiva del montaje.



- Proponer tecnología de punta en la producción de harina de maracuyá para elevar los márgenes de producción y reducir las pérdidas.
- Realizar un estudio de factibilidad tanto técnico como comercial y financiero del proyecto.
- Determinar el recurso humano que permitirá el manejo eficiente de las áreas administrativas y productivas.
- Contribuir al desarrollo de la zona y elevar las condiciones de vida de los habitantes de la comuna Manantial.
- Demostrar que el proyecto es viable económicamente, utilizando criterios numéricos reales.

## 2.5. JUSTIFICACIÓN

**Justificación Teórica.** El autor se interesa en el presente proyecto a raíz del desarrollo de estudios preliminares de mercados, de localización, financiero y técnico para el Montaje de una Planta Industrial de Procesamiento de perfumes a base de la pulpa del maracuyá; durante las asignaturas Formulación y Evaluación de Proyectos y Administración de Empresas.

El desarrollo del proyecto está centrado en la elaboración de un "Estudio de inversión" que pretende superar la brecha existente entre la investigación y la realidad, contribuyendo a la implementación real de los resultados obtenidos.

**Justificación Práctica.** La creación de una empresa industrial procesadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena permitirá ofrecer a los consumidores un productos naturales, la cual no está siendo producida actualmente en la región. Los productos sustitutos existentes no presentan las características de frescura, calidad, sabor y presentación. Día a día se presenta por parte de las personas en general la tendencia al consumo de alimentos de alto valor nutritivo y de fácil consumo.

**Justificación Social.** El montaje de una Empresa Industrial Procesadora y Comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena se justifica socialmente por el beneficio que traerá a la región por medio de la generación de empleos directos e indirectos.

Se desea con este proyecto estimular la vocación industrial y emprendedora de la región.

La factibilidad para la creación de una Empresa Industrial Procesadora y Comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena, beneficia en gran medida a esta región porque permite: mejorar el nivel de vida, el nivel nutricional y optimizar el tratamiento, el manejo y los métodos de cuidado de las frutas.

**Justificación Tecnológica.** A través del funcionamiento de esta planta se pueden estandarizar los productos agroindustriales, de acuerdo a las características, gustos, preferencias y necesidades de la región.

Para alcanzar un alto grado de competitividad en la región se requiere del fomento de la agroindustria como una combinación exitosa de tecnología, del sector secundario como lo es el manufacturero y del primario como la agricultura.

**Justificación Económica.** En la región se facilita la consecución de las materias primas por lo cual los costos disminuyen, adquiriéndose a un precio conveniente y por consiguiente estos costos hacen que se pueda competir en el mercado.

El proyecto se justifica en la necesidad de creación de industrias en una región puramente comercial coadyuvando al desarrollo socioeconómico en la región.

La ejecución del presente proyecto promoverá la generación de negocios y actividades económicas con los productores agrícolas de la región.

## **2.6. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

¿La creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá mejorara el nivel económico de los productores de la comuna Manantial de Chanduy?

### **Variable dependiente:**

Mejorar el nivel económico de los productores de la comuna manantial de Chanduy.

### **Variable independiente:**

Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.

### OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
¿Qué viabilidad puede tener el montaje de una Empresa Industrial Procesadora y Comercializadora de productos derivados del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena?	Creación de una empresa de industrialización y comercialización de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.	El aprovechamiento sostenible de la actividad Productiva del sector servirá para contribuir con el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad, a través de la gestión de planes, programas proyectos que tengan como fin lograr el mejoramiento de las condiciones de vida, utilizando como principios la solidaridad, la eficiencia y la equidad.	Organización  Privatización con carácter social  Factores de éxito  Análisis FODA	Cambios de comportamiento Social Estructura organizacional  Operativo  Administración  Tecnología apropiada  Factores internos  Factores externos	¿Cuáles es la función de la empresa?  ¿Cuáles serían los emprendimientos de la población de manantial de Chanduy?  ¿Cuáles serían los costos para el emprendimiento?	- Encuestas     - Entrevistas

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
¿Qué viabilidad puede tener el montaje de una Empresa Industrial Procesadora y Comercializadora de productos derivados del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena?	Mejorar el nivel económico de los productores de la comuna manantial de Chanduy	Toda organización maneja una diversidad de situaciones que le permiten realizar actividades que les lleva a competir dentro del sector en el cual se desenvuelven,	<p>Valoración</p> <p>Subproductos</p> <p>Comercialización</p> <p>Proyección financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sector consumidor.</li> <li>Emprendimiento</li> <li>Disponibilidad de materia prima.</li> <li>Disponibilidad de adquisición y aplicación de tecnologías.</li> <li>Canales de distribución</li> <li>Localización.</li> <li>Impacto Económico</li> <li>comportamiento de los costos</li> </ul>	<p>¿Cuáles son los canales de distribución del producto?</p> <p>¿Existe la disponibilidad necesaria de materia prima para la producción?</p> <p>¿Cuál debería ser la actuación de la comunidad receptora?</p> <p>¿Cuál es la estructura organizacional de la empresa?</p> <p>¿Cuál es análisis financiero de la empresa?</p>	<p>- Encuestas</p> <p>- Entrevistas</p>

## **CAPÍTULO I**

### **1. Marco teórico de estudio**

#### **1.1. Antecedentes: comuna Manantial de Chanduy**

##### **1.1.1. Reseña histórica**

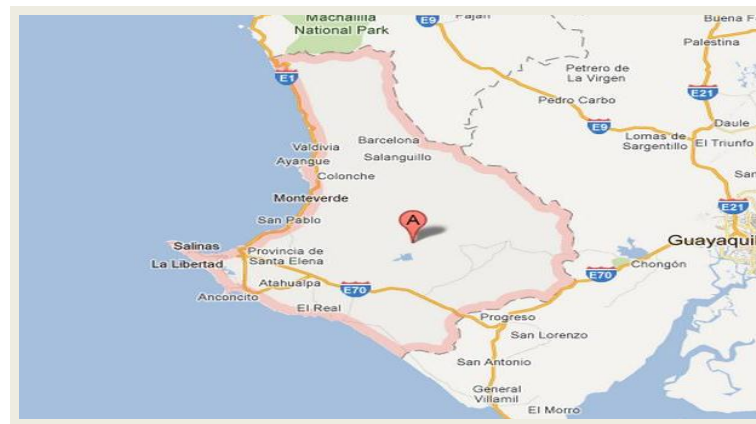
La historia registra que la Península de Santa Elena en el pasado se denominaba Sumpa. Antes de la llegada de los españoles, en el año 1527, la península estuvo habitada por las tribus: Colonchis, Chanduyes, Punteños, Chongones, grupos étnicos que formaban parte de la cultura Huanca vilca.

Manantial de Chanduy, en sus inicios era conocido como “recinto de Chanduy”, fue fundada en el año 1763, permaneciendo casi en el olvido durante el período colonial y los primeros años de la república. En la época de la independencia, en 1824, la Ley de División Territorial de la república de Colombia dispuso la creación del cantón Santa Elena y para la década de 1880ya estaban constituidos los pueblos peninsulares como Chanduy, Engabao (Parroquia Atahualpa), Santa Elena, La Hueca (La Libertad), Salinas, Manglaralto, entre otros. En 1941 mediante Ordenanza Municipal pasó a denominarse como actualmente se conoce “Manantial de Chanduy” en honor al último gobernante del Imperio Inca.

##### **1.1.2. Organización territorial**

La provincia de Santa Elena comprende un área geográfica de 3,880 km<sup>2</sup> donde se circunscriben los cantones de Salinas, La Libertad y Santa Elena.

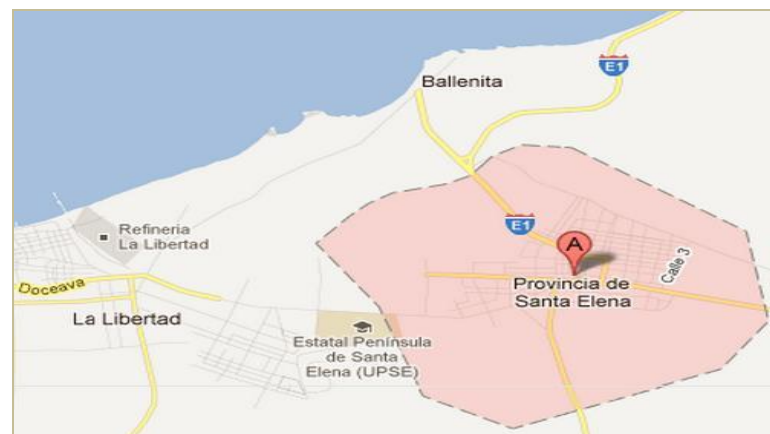
GRAFICO No. 1



Fuente: Google Map

En el cantón Santa Elena -segundo cantón más grande del Ecuador, en su dimensión geográfica su cabecera cantonal en el área urbana lleva el mismo nombre, además tiene seis Parroquias rurales que son: Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto, Simón Bolívar y San José de Ancón.

GRAFICO No. 2



Fuente: Google Map.

Económicamente, la comuna Manantial de Chanduy está organizada bajo el sistema comunal, amparados por la Ley de Organización y Régimen de las Comunas con propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial.

Territorialmente, la comuna Manantial de Chanduy está sujeta a la jurisdicción de la parroquia rural Chanduy, dentro de la circunscripción territorial del cantón Santa Elena. Se encuentra al sureste del cantón, localizada a nivel del mar, a 150Km de Guayaquil y aproximadamente a 10Km del Océano Pacífico (2°18'S, 80°45'O).

GRAFICO No. 3



Fuente: Google Map

### 1.1.3. Características demográficas

El cantón de Santa Elena tiene aproximadamente 143.106 habitantes de ellos, 3.334 personas están asentadas en la parroquia Chanduy. La tabla #1 presenta la distribución de la población por género y en grandes grupos de edad, en términos absolutos y relativos. Los resultados describen una distribución de género bastante equilibrada: relación hombre/mujer de 100.48 y relación mujer/hombre de 99.52.

La Comuna cuenta con una gran expectativa de crecimiento poblacional la cual debe ir aparejada con un mejoramiento en las condiciones y oportunidades de vida. El índice de envejecimiento es de 23.72 puntos y la cantidad de habitantes asentados en la parroquia Atahualpa representan el 2.33% del total de la población del cantón Santa Elena.



TABLA No. 1

## PARROQUIA CHANDUY

AREA # 2401

CANTON: SANTA ELENA

Grandes grupos de edad	VALOR NOMINAL			VALOR REAL		
	Sexo			Sexo		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	24,771	23,814	48,585	17.31%	16.64%	33.95%
De 15 a 64 años	43,420	41,995	85,415	30.34%	29.35%	59.69%
De 65 años y más	4,646	4,460	9,106	3.25%	3.12%	6.36%
Total	72,837	70,269	143,106	50.90%	49.10%	100.00%

Elaboracion propia

Base de datos

Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010

**1.1.4. Organización económica**

Las actividades productivas de la comuna Manantial de Chanduy son determinadas por las oportunidades del mercado y por políticas estatales. La principal producción se basa en el procesamiento artesanal de materia primaria, que absorbe el grueso de la fuerza laboral del sector.

El **Índice de estructura de la población activa**, en la comuna es de 48.67 puntos, sus habitantes son hábiles artesanos, talladores y carpinteros que fabrican muebles de fina calidad y gran belleza, laboran en talleres de ebanistería y en los aserraderos del cantón.

La **razón de reemplazo**, en la comuna es de 23.72 puntos, lo que indica que un crecimiento sostenido medio anual de la mano de obra disponible. Estos datos refuerzan la observación empírica, que señalan la necesidad de canalizar la actividad económica en el cantón con el fin de generar dinámicas económicas más incluyentes.

El **grado de ocupación** de los habitantes, solo el 41.33% de los habitantes son oficiales, operarios y artesanos, de los cuales 438 son hombres y 29 son mujeres, equivalente al 38.76% y 2.57% de toda la población.

La industria manufacturera, como **rama de actividad**, es la más practicada por la comuna. Observamos que casi el 40% de las actividades productivas se concentran en la comercialización de todo tipo de producto (maracuyá, mango, melón, etc.), cuya materia prima proviene de los sembríos de sus habitantes.

De las **categorías de ocupación**, el sector privado es el más representativo, repartido en 30% para los varones y 7% para las mujeres. Así mismo, en términos generales, para todo el cantón existe una disparidad manifiesta en la cantidad de empleos accedidos más para hombres que para mujeres, ellas parecen tener mayores dificultades en el acceso a este rubro,

Situación que coincide con la dinámica económica de la zona y a su oferta laboral, la cual tiende a ser excluyente.

**TABLA #2**

Grandes grupos de edad	Relacion Parroquia/Canton		
	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	2.33%	2.16%	2.25%
De 15 a 64 años	2.24%	2.41%	2.32%
De 65 años y más	2.58%	3.12%	2.84%
Total	2.29%	2.37%	2.33%

Elaboracion propia

Base de datos: Censo de Población y Vivienda 2010

### **1.1.5. Relación de género en las actividades productivas**

Presenta indicadores sobre la participación del género femenino y masculino en las actividades económicas de la parroquia. En general la población masculina participa el 75.04% y las mujeres el 24.96% del total de la población en las actividades económicas.

Predomina la presencia masculina en las actividades productivas, representado por el 38.76% del total de la población. Esta actividad que se inserta dentro de la industria manufacturera se complementa con el comercio al por mayor y por menor, con una participación escasa de mujeres.

La disparidad relacionada al género y el acceso a empleo queda retratada en cuanto el porcentaje de personas que se encuentra trabajando en actividades como las del hogar o la enseñanza. Además, el 30.97% de la población masculina se encuentran empleados en el sector privado y el 18.94% trabaja por cuenta propia en pequeños negocios.

## **1.2. Antecedentes históricos del perfume.**

Sin lugar a dudas, los aromas de la naturaleza han acompañado al ser humano desde el principio de los tiempos: las flores, el mar, los árboles. No obstante, la palabra “perfume” evoca una fragancia agradable que podemos llevar con nosotros.

Se presume que todo comenzó en la prehistoria, el día que uno de aquellos hombres primitivos encendió una hoguera para calentarse o para alejar a las fieras que pudieran asecharle y, por pura casualidad, encendió algunas ramas o resinas de un árbol y estas comenzaron a desprender un olor agradable, un olor inédito que nunca antes había sentido nadie.

Su primera intención fue de ofrecerlos a los dioses; desde los altares y dólmenes enviaron el humo de resinas y de maderas olorosas hacia el cielo para complacer a los desconocidos poderes especiales “perfumum” (por medio del humo). Este ritual dio su nombre al perfume.

El uso de la genética para la elaboración de perfumes se basa en concentrarse en ciertas características del cuerpo humano que harán que las fragancias tengan un aroma diferente en cada cuerpo, es decir, en un amigo un perfume puede perdurar por un tiempo prolongado sin embargo en ti no podía durar nada, un ejemplo bien claro para explicar este fenómeno es la cantidad de melanina que produce una persona, al tener una concentración más alta de melanina en el cuerpo se tiende a producir más aceite, y los perfumes que contengan aceite perduraran mucho tiempo.

### **1.2.1 Situación actual**

El perfume actualmente ha entrado a formar parte de nuestra vida y tiene un valor adicional en nuestras relaciones, puede influir inconscientemente sobre nuestra atracción o rechazo de una persona; puede crear una aureola de misterio, cambiar un estado de ánimo, evocar sentimientos y recuerdos, despertar pasiones y alterar una actitud.

La fabricación de un perfume es actualmente muy diferente a como era en la antigüedad, los adelantos científicos y técnicos nos han permitido realizar fórmulas cada vez más complejas que antes se llevaban a cabo únicamente mediante la experimentación, la elección de materias primas de calidad,

Las técnicas de destilado y el trabajo de los profesionales son la clave del éxito. En el Ecuador la producción actual de perfumes es incipiente, existen muy pocas empresas dedicadas a la producción de fragancias, la mayoría de los productos que

actualmente se comercializan dentro de nuestro país son importados, a continuación se presentan cifras de importación de este producto desde enero del 2006 hasta enero 2012.

#### **1.2.1.1 Conocimientos básicos**

Nombre comercial a nivel mundial: Paradise Passion. Sector: Frutas frescas y congeladas. Los principales compradores de la pulpa de maracuyá son básicamente el mercado europeo que comprende países tales como Holanda, Bélgica, Alemania, Francia, Suiza y Suecia, seguido por el mercado norteamericano en países como Canadá y Estados Unidos.

Estados Unidos es el principal comprador del maracuyá en fresco, donde se ha evidenciado que sus importaciones tienen tendencia ascendente, pero a pesar de todo aún Alemania es el principal consumidor a nivel mundial del jugo simple y concentrado de este producto.

#### **1.2.1.2 Origen del cultivo**

El maracuyá es una planta de origen tropical, los frutos presentan un sabor particular intenso y una alta acidez, muy apreciado en los países norteamericanos, europeos y asiáticos que lo demandan con gran interés.

Esta condición coloca a Colombia en una posición de privilegio como país productor y exportador de uno de los mejores jugos y concentrados del mundo. El maracuyá tiene una gran importancia por las cualidades gustativas de sus frutos y por las cualidades farmacodinámicas y alimenticias de su jugo., cáscara y semillas.

#### **1.2.2. Valor nutritivo**

El maracuyá es fuente de proteínas, minerales, vitaminas, carbohidratos y grasa, se consume como fruta fresca, o en jugo.

La composición general de la fruta de maracuyá es la siguiente: cáscara 50-60%, jugo 30-40%, semilla 10-15%, siendo el jugo el producto de mayor importancia.

### 1.2.3. Origen y botánica

Esta fruta es originaria de la región amazónica del Brasil, de donde fue difundida a Australia, pasando luego a Hawái en 1923. En la actualidad se cultiva en Australia, Nueva Guinea, Sri Lanka, Sud-África, India, Taiwán, Hawái, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela y en Colombia fue introducida en 1936.

El maracuyá pertenece a la misma familia (Passifloraceae) de la Curuba (*P. Mollissima*), de la badea (*P. Quadrangularis*), y de la granadilla (*P. Ligularis*), a las que se parece en su hábito de vegetativo y flor.

El maracuyá es una planta trepadora, vigorosa, leñosa, perenne, con ramas hasta de 20 metros de largo, tallos verdes, acanalados en las partes superiores y glabras, zarcillos axilares más largos que las hojas enrolladas en forma espiral. Las hojas son de color verde lustroso con pecíolos glabros acanalados en la parte superior; posee dos nectarios redondos en la base del folíolo, la lámina foliar es palmeada y generalmente con tres lóbulos.

Las flores son solitarias y axilares, fragantes y vistosas. Están provistas de 5 pétalos y una corona de filamentos radiante de color púrpura en la base y blanca en el ápice, posee 5 estambres y 3 estigmas.

El fruto es una baya globosa u ovoide de color entre rojo intenso a amarillo cuando está maduro, semillas con arilo carnoso muy aromático, mide de 6 a 7 cm de diámetro y entre 6 y 12 cm de longitud. El fruto consta de 3 partes.

**Exocarpio:** es la cáscara o corteza del fruto, es liso y está recubierto de cera natural que le da brillo. El color varía desde el verde, al amarillo cuando está maduro.

**Mesocarpio:** es la parte blanda porosa y blanca, formada principalmente por pectina, tiene grosor aproximadamente de 6mm que, al contacto con el agua, se reblandece con facilidad.

**Endocarpio:** es la envoltura (saco o arilo) que cubre las semillas de color pardo oscuro. Contiene el jugo de color amarillo opaco, bastante ácido, muy aromático y de sabor agradable.

#### **1.2.4 Distribución geográfica**

En Ecuador, se comenzó a trabajar con este frutal desde 1963, logrando que los primeros cultivos se desarrollaran con semillas y arbolitos del centro de investigación de Quito.

El proceso de aceptación por parte del consumidor no se hizo esperar. La difusión de las semillas se realizó a diversas regiones del país con condiciones similares a las del Valle del Chota, como en la costa, y otros.

#### **1.2.5. Comportamiento de la producción durante el año**

El comportamiento de la producción durante el año es bien definido, presentando dos cosechas marcadas en los meses de diciembre-enero y junio-julio; durante los otros meses la producción se reduce pero sigue siendo continua.

Estas fechas y volúmenes de cosecha fluctúan de acuerdo con las variaciones climáticas de la zona. Los rendimientos de maracuyá por hectárea son variados, dependiendo de las condiciones climáticas y tecnológicas con que se maneje el cultivo; estos rendimientos oscilan entre 15 y 50 toneladas al año. Datos del Ministerio de Agricultura del año 1996 muestran que el área sembrada en maracuyá en Ecuador alcanza las 2648 hectáreas.

### **1.2.6. Ubicación del cultivo**

La ubicación del cultivo es determinante en el futuro productivo de la planta. La diversidad de regiones con condiciones climáticas diferentes incide en la superposición de ciertas fases fenológicas y dificulta la determinación clara de su efecto sobre el crecimiento, floración, maduración y calidad de los frutos.

### **1.2.7. Clima**

El clima es un factor muy importante para el cultivo del maracuyá. Debe escogerse el más adecuado en cada región teniendo en cuenta factores como la altitud, la temperatura, los vientos, la humedad relativa, la duración del día y la precipitación pluviosa. El maracuyá tiene un amplio intervalo de adaptación, tanto de pisos térmicos que van de 0 a 1300 mín., como de temperaturas que van entre 24° y 28° C. En regiones con temperaturas promedio por encima de ese rango, el desarrollo vegetativo es acelerado, se restringe la producción de flores, y se reduce el número de botones florales. Las temperaturas bajas que ocurren durante el invierno ocasionan una reducción del número de frutos. Entre más elevadas sean las temperaturas, más pronto se llegará a la época de cosecha, pero la calidad va a afectarse produciendo frutos de mal sabor, disminución de peso y retardo en la formación de color amarillo.

#### **1.2.7.1. Radiación solar**

La calidad del fruto está relacionada directamente con la exposición lumínica del área foliar de las plantas. Frutos expuestos al sol disminuyen de peso pero tienen mayor porcentaje de jugo, mayor cantidad de ácido ascórbico, corteza más delgada, y los sólidos solubles también aumentan a mayor radiación solar. Se recomienda cinco horas de luz por día.



### **1.2.7.2. Humedad relativa**

Cuando más elevada esté la humedad relativa del ambiente, mejor calidad se obtendrá en el maracuyá ya que va a aumentar el peso y el volumen del jugo dándole un buen sabor.

### **1.2.7.3. Vientos**

El viento a grandes velocidades (más de 50 km/hr) puede causar raspaduras en los frutos. Es uno de los factores en la disminución de peso del producto. En zonas de vientos fuertes, constantes, se dificultan y encarecen el sistema de conducción de las plantas en los soportes o tutores, y causan deshidratación del área foliar de la planta.

### **1.2.7.4. Precipitación pluvial**

Para obtener maracuyá de buena calidad, el abastecimiento de agua debe ser adecuado. Su exceso o déficit puede causar daños a los tejidos desmejorando las características del fruto. El maracuyá es una planta de clima tropical, que exige un suministro de agua en cantidades de 800 a 1500 mm de lluvia anuales bien distribuidos durante los 12 meses del año. En caso contrario requiere riego durante tiempo seco.

Períodos muy lluviosos durante la floración no favorecen la producción, ya que la actividad de los polinizadores es casi nula y los granos de polen se afectan con la humedad. El agua suficiente proporciona al maracuyá un llenado adecuado, el peso aumenta y aumenta el volumen del jugo.

### **1.2.7.5. Suelos**

El maracuyá se adapta a diferentes suelos siempre que sean profundos y fértiles, sin embargo los mejores son los sueltos, bien drenados, sin problemas de salinidad.

Suelos muy pesados y poco permeables susceptibles a encharcamientos no son los indicados, ya que facilita la aparición de enfermedades como la fusariosis o la pudrición seca del cuello de la raíz. En casos extremos sembrar con ligera pendiente del 10% y previa adecuación de los mismos. Los mejores suelos para este cultivo son los francos, con buena capacidad de retención de humedad. La textura del suelo puede llegar a influir en el tamaño y peso del fruto.

#### **1.2.7.6. Selección del material de siembra**

La buena selección del material de propagación es tan importante como las labores de post-siembra y post-cosecha.

La variedad a propagar determina notorias diferencias en la velocidad e intensidad respiratoria del producto; el tamaño unitario de los frutos está relacionado con la intensidad respiratoria. Cuanto menor sea el tamaño del fruto, mayor será su respiración. Frutos ovoides presentan cerca del 10% más jugo que los frutos redondos, por lo que aquellos se prefieren comercialmente.

#### **1.2.8. Variedades comerciales**

Las selecciones de maracuyá entregadas a los agricultores por el gobierno nacional en 1966, corresponden a dos formas cultivadas de la especie: *Passiflora edulis* var. *Flavicarpa*, con frutos de cáscara amarilla; que se desarrolla muy bien hasta los 1000 minutos y la *Passiflora edulis* var. *Purpúrea*, con frutos de color púrpura que se comporta mejor por encima de los 1000 minutos. De la primera se seleccionó y recomendó la variedad Hawái, Brasil y Venezuela, variedades de la misma forma pero con características físicas y químicas diferentes, sin embargo, debido a la incompatibilidad de la planta necesitando polinización cruzada; en Colombia podemos decir que se cultiva comercialmente el maracuyá amarillo.

La variedad hawaiana posee las mejores características de tamaño, sabor y rendimiento: tiene cáscara más delgada y, por tanto, mayor capacidad de pulpa. La brasilera y la venezolana poseen más ácido cítrico, pero la segunda es más dulce.

En los últimos años se ha generalizado en Brasil la producción de una variedad de maracuyá denominada "maracuyá doce" o "granadilla perfumada" (*Passiflora alata*). El maracuyá dulce, en forma silvestre se encuentra ampliamente distribuido desde el sur del Brasil hasta el Ecuador y Perú. En Brasil ya se está produciendo en forma comercial.

Algunas características de esta variedad son el color anaranjado oscuro de sus frutas con un mesocarpio grueso, el tamaño de los frutos oscila entre 6 y 16 cm de longitud y entre 90 y 300 gr de peso, su forma puede ser globular, ovoide o piriforme. La pulpa (el 16 a 26% de la fruta) tiene sabor suave y ligeramente ácido, con un total de sólidos solubles que varía entre los 15 y 25° Brix. La "Passiflora Alta" es una planta de mayor producción que la *Passiflora Edulis* For Favicarpa (maracuyá amarilla). Algunas de sus especies son resistentes a fusariosis. Una sola planta puede llegar a ser productora por 10 años, pero la producción requiere una mano de obra más intensiva en materia de poda y mantenimiento.

### **1.2.9. Derivados del maracuyá**

Los usos del maracuyá son diversos, desde su principal presentación en el mercado internacional como jugo simple o concentrado, que después se desdobra para ser utilizado en variadas formas en la industria de bebidas o industria láctea y de repostería, hasta el consumo de la fruta fresca en los mercados regionales de los países productores. También se utiliza para la extracción de pectinas, en la industria de alimentos para animales.

En la extracción de aceite de sus semillas para la alta cocina, las hojas son materia prima en la industria farmacéutica., en la perfumería y en la cosmetología y la belleza de la flor le permite un lugar privilegiado como planta de ornato.

Finalmente, su penetrante aroma y su riqueza en vitamina C y minerales, le permite ser utilizado como complemento de productos multivitamínicos, base de yogurts, dulces, té y para generar nuevos sabores en la industria de jugos y bebidas de los países desarrollados. Sin embargo, por multitud de razones, que varían desde las

características del aroma y de su sabor agri-dulce, hasta la competencia con muchas frutas tropicales, la inestabilidad de su oferta por su ciclo intensivo de seis meses, la gran variación de sus precios y sus cotizaciones elevadas. El maracuyá cubre apenas alrededor del 1% del mercado mundial de jugos, concentrados y pulpas, y junto con el mango y el plátano integra el grupo de “mayor demanda” de las frutas tropicales, excluyendo la piña y por supuesto al grupo de los cítricos que presentan mayores volúmenes consumidos y tasas superiores de crecimiento anual. Indistintamente en diferentes épocas, se ha hablado en nuestro país de la posibilidad de introducir el cultivo de maracuyá en los trópicos húmedo y seco y desarrollarlo como una alternativa para la exportación, junto con otros productos también exóticos como el litchi, el hulo, el rambután, la macadamia, la pitahaya, la carambola, y otras. Sin embargo, a la fecha, sólo han existido buenas intenciones sin que se haya realizado una experiencia de gran magnitud y se haya tomado como base un estudio puntual, objetivo e integral que presente claramente las ventajas y debilidades de la promoción del maracuyá en México.

Recientemente, en relación a la promoción del cultivo en México se ha concluido que existen planes de gobiernos estatales y municipales, de industriales nacionales y de fundaciones internacionales para desarrollar su producción y comercialización; ello posiblemente motivado por los altos precios que adquirió el producto en el comercio mundial a finales de 1995, con cotizaciones de hasta \$9,000.00 dólares la tonelada de jugo concentrado; lo que representa entre 400 y 500% más que el precio de cualquier jugo de fruta tropical o de clima templado. Situación similar se presentó al inicio de la presente década, llegándose por ello incluso a cultivar en nuestro país alrededor de 150 ha, que posteriormente fueron casi abandonadas, ante las dificultades que se encontraron para la comercialización del producto debido a la forma cíclica en que se manifiestan sus precios y al incipiente mercado nacional. Por ello, la nueva promoción del cultivo se enfrenta a una incertidumbre ante un posible éxito o un nuevo fracaso.

### **1.2.9.1 Procedencia de la maracuyá a nivel mundial**

Para abordar estos aspectos nos propusimos en el estudio del mercado mundial del maracuyá sistematizar información existente en México y en los países productores y consumidores de maracuyá sobre su cultivo, procesamiento y comercialización para ponerla a disposición de los productores, instituciones, empresas públicas o privadas, universidades o centros de investigación, exportadores e importadores, y en general en personas interesadas, de manera que sirva para la toma de decisiones de inversión y de fomento, para el desarrollo de políticas de apoyo dirigidas al sector agropecuario.

### **1.2.9.2. Formas de organización**

Ecuador es un país que recientemente ha desarrollado su participación en, el mercado mundial. La superficie cultivada es de 3,500 hectáreas. Su producción es de 49,000 t. Su importancia radica en el hecho de que se ha convertido en uno de los exportadores mayores y más dinámicos. Tiene almacenadas 5,000 toneladas de jugo concentrado, lo que representa entre el 40 y el 50% del volumen comercializado mundialmente.

### **1.2.10. Marco Legal**

Para crear una empresa en el Ecuador tendremos que acogernos a las leyes vigentes en el país; en el caso de este producto haremos uso de las siguientes normativas:

**i. Constitución Política del Ecuador** “la Constitución o Carta Magna es la norma fundamental, escrita o no, de un estado soberano, establecida o aceptada para regirlo.

La constitución fija los límites y define las relaciones entre los poderes del estado (poder legislativo, ejecutivo y judicial) y de estas con sus ciudadanos, estableciendo así las bases para su gobierno y para la organización de las instituciones en que tales poderes se asientan. Este documento busca garantizar al pueblo sus derechos y libertades”.

**ii. Ley de Compañías** fue creada con la finalidad de regular las acciones entorno al negocio y las organizaciones, esto incluye corporaciones, sociedades y otras asociaciones que tiene generalmente una cierta forma de actividad económica. Esta ley vigila la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres, de las que no tengan un objetivo real y lícito.

Toda compañía que se constituya en el Ecuador deberá tener su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**iii. Código Tributario** según el Art. 1 dice “los preceptos de este código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos”.

**iv. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)** Según el Art. 1 dice: “Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción.

La transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsarán toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que faciliten el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

## **1.2. Fundamentación teórica: Creación de empresa**

El empresario antes de tomar la decisión de invertir en un negocio, recoge toda la información disponible sobre el tema en particular, la procesa, define metas que se propone conseguir y las estrategias para su ejecución. Este proceso se conoce como **“plan de negocio o empresa”**.

Un plan de empresa es un documento formal que resume toda la información necesaria para plantear y evaluar el desarrollo de un nuevo proyecto empresarial. Otra definición, afirma que es el análisis previsional de las distintas áreas de la empresa: marketing, producción, recursos humanos, inversiones, y legales. Metodológicamente, es una herramienta que justifica un nuevo proyecto empresarial y describe las acciones y recursos necesarios para su creación. El propósito central es planificar las acciones que conducen a la creación y sostenimiento a largo plazo.

Este documento se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, el estudio técnico, el análisis financiero y de organización, con la intención de desarrollar temas como los canales de comercialización, el precio, los mecanismos de distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, método de selección del personal operativo y administrativo, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, etc.

Los planes de negocio son documentos que permiten a los emprendedores analizar oportunidades de mercado y diseñar la organización idónea para explotarlas.

Sirven para describir cómo los promotores pretenden sortear obstáculos a la viabilidad de la iniciativa, en especial los comerciales, financieros, operacionales y organizativos. Por ello se convierten en una herramienta idónea para comunicar y justificar dichas iniciativas a inversores.

Los planes de negocio deben probar que establecen una estrategia y organización claras y razonables para necesidades significativas del mercado, a través de un equipo capacitado para hacer frente a las vicisitudes previstas e imprevistas.

Por estos motivos, los planes de negocio no son sólo un requisito imprescindible para dirigirse al mercado para captar fondos. Como demuestran diversos estudios, puede convertirse en un ejercicio de planificación sólida que aumente las probabilidades de éxito de la empresa.

### **1.2.1. Teoría de la empresa**

Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios. Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida, de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.

La teoría basada en el comportamiento de la empresa reconoce que en las grandes compañías es inevitable que existan conflictos entre individuos y subgrupos, y que los objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos, un directivo responsable. Estos directivos diseñarán líneas de acción para alcanzar sus objetivos, pero en ocasiones habrán de llegar a acuerdos con los responsables de otros departamentos, que pueden tener objetivos diferentes. De las negociaciones entre los directivos surgirán los fines globales de la organización. Además, esta teoría defiende que, a diferencia de la teoría tradicional que suponía que la adopción de



decisiones se hacía de modo racional, en la práctica los objetivos se alcanzan de forma imperfecta y, por lo tanto, pueden ser incompatibles con las políticas existentes. Por otra parte, esta teoría afirma que los objetivos pueden cambiar con el tiempo por diversas causas, como la experiencia acumulada o la falta de comunicación entre los altos ejecutivos y los ejecutivos intermedios (en quienes se suelen delegar importantes decisiones), que a veces hacen difícil el cumplimiento de los objetivos impuestos por los altos directivos.

La teoría del comportamiento de las empresas parte de dos supuestos: Uno es que los propietarios de las grandes empresas no tienen el control de las mismas; en otras palabras, serían los directivos de las empresas, y no los accionistas, los que imponen los objetivos reales de la empresa.

El otro supuesto es que los directivos están más interesados en la producción y las ventas, por ejemplo, que en los beneficios, porque son la producción y las ventas las que demuestran su eficacia en la gestión.

La teoría permite analizar con nuevas perspectivas el comportamiento de las grandes empresas, pero son muchos los economistas que afirman que el objetivo de maximización de beneficios resume mejor que todos los demás los intereses de las empresas

#### **1.2.1.1. Teoría de la organización.**

La teoría de la organización, en economía, está en el marco de análisis del proceso de toma de decisiones en las grandes organizaciones. El análisis económico tradicional tiende a analizar las actuaciones de la empresa como el resultado de una decisión unitaria, mientras que la teoría de la organización reconoce que en las grandes corporaciones el proceso de toma de decisiones suele estar descentralizado y que éstas no dependen sólo del objetivo de maximización de beneficios o ganancias, sino también de su estructura organizativa. Por ello, la toma de decisiones en las grandes empresas suele tener en cuenta la necesidad de limitarse a

obtener beneficios satisfactorios, sin necesidad de maximizarlos, debido a la obligación de conjugar los diversos objetivos de las distintas partes que componen la organización. Cuando las decisiones se adoptan de forma colectiva sólo se suelen tener en cuenta todos los objetivos de la empresa y no sólo el de maximización de beneficios, pero también suelen ser más lentas (una característica fundamental de las empresas japonesas).

#### **1.2.1.2. Producción. Servicios**

En economía, lo que prevalece es la creación y procesamiento de bienes y mercancías, incluyéndose su concepción, procesamiento en las diversas etapas y financiación ofrecida por los bancos. Se considera uno de los principales procesos económicos, medio por el cual el trabajo humano crea riqueza.

Respecto a los problemas que entraña la producción, tanto los productores privados como el sector público deben tener en cuenta diversas leyes económicas, datos sobre los precios y recursos disponibles. Los materiales o recursos utilizados en el proceso de producción se denominan factores de producción.

#### **1.2.1.3. Factores de Producción.**

Factores de producción, medios utilizados en los procesos de producción. De forma habitual, se consideran tres: la tierra (bienes inmuebles), el trabajo y el capital (por ejemplo, una inversión en maquinaria); a veces se considera que la función empresarial es el cuarto factor de producción. La disponibilidad relativa de estos factores en un país (su dotación de factores) es uno de los aspectos más determinantes de la inversión y el comercio internacional. Para que una empresa logre sus objetivos tiene que conseguir la mejor combinación de los factores de producción disponibles. Esta combinación variará a lo largo del tiempo y dependerá de la necesidad de crecimiento, de la disponibilidad de mano de obra cualificada y de la experiencia de los gestores, de las nuevas tecnologías y de los precios de mercado de los distintos factores de producción.

#### **1.2.1.4. Trabajo.**

Teoría del valor trabajo, principio que afirma que el valor de un bien o servicio depende de forma directa de la cantidad de trabajo que lleva incorporado. El economista Adam Smith pensaba que el trabajo era la unidad de medida exacta para cuantificar el valor, pero no el factor determinante de los precios.

Durante los 25 años posteriores al fallecimiento de Smith, David Ricardo desarrolló la teoría del valor trabajo en sus “Principios de economía política y de la imposición” en la que afirmaba que todos los costos de producción son, de hecho, costos laborales que se pagan, bien de una forma directa o bien acumulándolos al capital (por ejemplo, maquinaria adquirida gracias al esfuerzo de los trabajadores). Por ello se defendía que los precios dependerían de la cantidad de trabajo incorporado en los bienes o servicios. Sin embargo, el posible fallo de la teoría es que si dos bienes se producen utilizando la misma cantidad de factor trabajo, pero uno de ellos utiliza más factor capital, el productor del bien intensivo en capital tendrá que recoger el valor de este capital e incluirlo en el precio si quiere obtener la misma tasa de beneficios o ganancias que la del productor del bien intensivo en trabajo. No obstante, la teoría del valor basada en el trabajo se convirtió en un principio fundamental en el pensamiento económico de Karl Marx, que suponía que sólo el factor trabajo podía crear valor.

### **1.3. Contenido y elementos comunes de un plan de empresa:**

La estructura de un plan de negocio contiene una serie de ítems que describen cada uno de los elementos que se requieren para el funcionamiento de la idea que se desea emprender.

El nivel de detalle de estas secciones puede variar según el propósito del plan. Los proyectos que presenten productos o servicios totalmente nuevos para el mercado deberán realizar unas explicaciones más minuciosas, dado que se debe educar al

receptor sobre las características del mercado y producto, el modelo de negocio, las operaciones y el modelo financiero que se deriva.

Cada plan de empresa, tiene elementos de acuerdo a su rama de actividad o los intereses de los involucrados, sin embargo existen elementos comunes.

A continuación se muestran las secciones típicas de un plan de negocio:

TABLA No. 3

ITEM	DETALLE
1. Resumen.	a. Resumen ejecutivo del proyecto.
2. Datos de la compañía.	a. Antecedentes y justificación del proyecto. b. Equipo promotor. c. Estado actual.
3. Actividad de la compañía y producto.	a. Descripción del producto / servicio. b. Modelo de negocio. c. Comparativas del producto. d. Cronograma.
4. Análisis del sector y estrategia.	a. Definición del mercado. b. Competidores. c. Clientes. d. Análisis FODA. e. Estrategia propuesta.
5. Plan de marketing.	a. Estrategia de marketing. b. Proposición de valor del producto o servicio. c. Política de precios. d. Previsión de ventas. e. Canales y distribución. f. Plan de comunicación. g. Plan comercial.
6. Operaciones y tecnología.	a. Estrategia de operaciones. b. Desarrollo de producto. (i) Funcionalidades y arquitectura. (ii) Mapa de desarrollo. (iii) Costes de desarrollo. c. Plan de operaciones. (i) Mapa de procesos. (ii) Plan de producción. (iii) Recursos operativos. Descripción (iv) Recursos tecnológicos. (iiv) Costes operativos. (iiiiv) Proveedores y partners. (ix) Plan de calidad.

7. Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Organización. <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Organigrama propuesto.</li> <li>(ii) Definición de funciones.</li> <li>(iii) Roles y asignación.</li> <li>(iv) Control de gestión.</li> </ul> </li> <li>b. Recursos Humanos. <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Política de recursos humanos.</li> <li>(ii) Plan de retribución.</li> <li>(iii) Plan de plantilla.</li> </ul> </li> </ul>
8. Aspectos jurídicos y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Forma jurídica.</li> <li>b. Patentes y marcas.</li> <li>c. Obligaciones fiscales, laborales y administrativas.</li> <li>d. Prevención de riesgos laborales y aspectos medioambientales.</li> <li>e. Responsabilidad social empresarial.</li> </ul>
9. Plan financiero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Estrategia financiera.</li> <li>b. Bases de cálculo.</li> <li>c. Cuenta de resultados previsional.</li> <li>d. Balances previsionales.</li> <li>e. Presupuesto de tesorería.</li> <li>f. Pla de inversiones.</li> <li>g. Necesidades financieras y uso de los fondos.</li> <li>h. Principales ratios y conclusiones.</li> </ul>
10. Inversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Fondos propios actuales.</li> <li>b. Inversión solicitada y condiciones propuestas.</li> <li>c. Órganos de gobierno societario.</li> <li>d. Pactos societarios.</li> <li>e. Estrategia de salida.</li> </ul>
11. Próximos pasos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Objetivos, fases, actividades e hitos para el despliegue.</li> <li>b. Riesgos.</li> </ul>
12. Anexos.	Según necesidades.

### 1.3.1. Etapas del plan de negocio

Las etapas que se mencionan a continuación son las que se desarrollarán en este plan de empresa en particular, atendiendo la rama de actividad que se ha elegido: “La creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes de la pulpa de la maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy”.

### **1.3.2. Aspectos institucionales**

Esta primera etapa del plan de negocio incluye aspectos institucionales correspondientes a la descripción del producto, los objetivos de la empresa, los valores de la empresa, la descripción del organigrama y todo lo pertinente a la constitución de la empresa, así como el capital que se requiere.

### **1.3.3. Sobre el producto**

En la segunda etapa, se describe acerca del producto: el marketing MIX (precio, plaza, promoción, producto) y el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de los factores internos de la empresa y factores externos que no se pueden controlar.

### **1.3.4. Análisis de mercado**

Determina la existencia de cliente, potenciales y las características que buscan en el bien o servicio que va a producirse. La disponibilidad de pago, la producción que será demandada, identificación de canales de distribución.

### **1.3.5. Análisis técnico**

Identifica los procesos productivos, los proveedores de materia prima, la tecnología necesaria, la selección del personal operativo y administrativo, los sistemas de control.

### **1.3.6. Análisis financiero**

Determina las fuentes de inversión internas y externas, el capital inicial de los accionistas, la capacidad de pago a terceros, elaboración de los presupuestos del flujo de caja neto, elaboración de indicadores de liquidez, rentabilidad y apalancamiento.

## CAPITULO II

### 2. METODOLOGÍA

Es un conjunto de procesos sistemáticos que se utiliza para realizar una determinada investigación puesto que consiste en la resolución de un determinado problema, es así que se debe tener en cuenta que sin la aplicación de la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce el conocimiento científico.

La investigación que se plantió realizar es exploratoria ya que permitió identificar el origen del problema, y cuáles fueron los factores que habían afectado el desarrollo de la “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, cantón Santa Elena provincia de santa Elena periodo 2013-2014”, de igual forma por el grado de conocimiento es explicativa puesto que da respuesta al porqué de la investigación, de tal forma establecer relaciones entre las variables con el objetivo de conocer la estructura y factores que intervienen en el proceso, también podemos mencionar que es descriptiva puesto que permitió analizar e interpretar los diferentes elementos del problema y como se pretende la participación de los sujetos de la investigación es cuantitativa y cualitativa.

#### 2.1 Diseño de la investigación

Con el objetivo de identificar las falencias por las que atraviesa la “Creación de una empresa se efectuó la recopilación de información tanto a los directivos comuneros, trabajadores y futuros clientes esto se lo logro mediante la aplicación de los métodos la aplicación de las métodos cuantitativos y cualitativos.

### **2.1.1 Investigación Cualitativa**

Es la que produce datos descriptivos, entendida también como una investigación social puesto que estudia fenómenos que no son explicados a través de números e índices, sino que son analizados como sistema complejos interrelacionados desde el punto de vista de cada persona, es así que se utiliza la descripción de los hechos en la generación de conocimiento de tal forma hacer de esta investigación una fuente de información para la toma de decisiones.

Las técnicas más utilizadas dentro de la investigación cualitativa son:

- a. Análisis de contenido
- b. La entrevista

### **2.1.2 Investigación Cuantitativa**

Es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, por lo tanto para desarrollar la metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal, es decir, que haya claridad de tal forma que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe ente sus elementos.

## **2.2 Modalidad de la investigación**

Para poder realizar este estudio se tomó en consideración los distintos tipos de investigación los mismos que me permitieron realizar una excelente recolección datos puesto que me brindaron la guía necesaria que respaldan lo que se está analizando en la creación de la empresa.



## **2.3 Tipos de investigación**

Para desarrollar el estudio metodológico dentro de la “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, cantón Santa Elena provincia de santa Elena periodo 2013-2014” se tomó en consideración los siguientes tipos de investigación:

### **Por el nivel de estudio**

Investigación descriptiva

### **Por el lugar y fuentes**

Investigación bibliográfica

Investigación documental

Investigación de campo

### **2.3.1 Investigación descriptiva**

Es la forma y momento en que el problema de estudio fue analizado, el objetivo principal de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer el entorno, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades.

Es así que se debe tener presente que su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación que existen entre las variables, por lo tanto los investigadores no se convierten en tabuladores, sino que se encargan de recolectar los datos necesarios que aporten a la investigación que se está llevando a cabo.

En el informe final se debe señalar los datos obtenidos y el medio exacto de la población de donde fueron extraídos los datos, ya que se toma en cuenta una

muestra representativa la misma que se escogerá dependiendo del problema de estudio, de tal forma que los datos pueden ser expresados en términos cualitativos o cuantitativos dependiendo del caso se pueden utilizar ambos a la vez.

### **2.3.2 Investigación Bibliográfica**

Tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre un tema determinado tomando en cuenta documentos, libros o publicaciones.

Es así que se la considera como una de las primeras etapas puesto que transmite información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas, de tal forma que se la puede entender como la búsqueda de información relevante que sirva para determinar el sistema de investigación, ya que ningún investigador puede iniciar el estudio sin antes haber explorado el material bibliográfico existente.

### **2.3.3 Investigación documental**

Es aquella que se realiza mediante la consulta de documentos como libros, revistas, periódicos, memorias, videos, internet, entre otras, las mismas que permiten verificar la información existente, puesto que el objetivo principal es analizar los diferentes fenómenos, de tal forma poder determinar las técnicas de investigación adecuadas.

### **2.3.4 Investigación de Campo**

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, esto permite al investigador tener un conocimiento profundo ya que puede manejar los datos con mayor seguridad, podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivas y

experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes.

Se debe tener en cuenta que cuando los datos se recogen directamente se los denomina primarios ya que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión y/o modificación en caso de que surja alguna duda.

## **2.4 Métodos de investigación**

Es el camino a seguir para lograr un fin propuesto a la organización, para llevar a cabo esta investigación se planteó la aplicación de varios métodos con el objetivo de identificar los futuros problemas por los que podría atravesar la institución, de tal forma poder establecer las posibles soluciones en la “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, cantón Santa Elena provincia de santa Elena periodo 2013-2014”es así que en el presente trabajo se pone a consideración las características de cada método a utilizarse dentro de esta investigación, de tal forma poder conocer cuál es su procedimiento al momento de implementarlos.

Por lo tanto los métodos escogidos fueron:

Método Analítico

Método Sintético

Método Deductivo

### **2.4.1 Método Analítico**

Es aquel método de investigación que consiste en la separación de un todo, es decir descomponerlo en sus partes o elementos con el objetivo de poder observar las causas y efectos puesto que es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objetivo que se está estudiando de tal forma poder establecer nuevas teorías.

### **2.4.2 Método Sintético**

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, de tal forma que se convierte en un procedimiento mental que tiene como meta principal la comprensión de la esencia de lo que ya se conoce, es así que la síntesis y análisis es indispensable ya que permite producir nuevos juicios y argumentos.

### **2.4.3 Método deductivo**

Este método va de lo general a lo particular de tal forma que se puede decir que el método deductivo es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

## **2.5 Técnicas de investigación**

Las técnicas para la recolección de información dentro de la provincia de Santa Elena fueron la encuesta y la entrevista las mismas que fueron aplicadas de la siguiente manera:

### **2.5.1 Encuesta**

Se realizó encuestas dirigidas a los habitantes de la comuna y personas a fines, con la finalidad de receptar la información necesaria para el desarrollo del plan estratégico.

Tomando en consideración que la encuesta es una técnica de recopilación de información a través de preguntas formuladas sobre las variables de nuestra investigación, en dicha recopilación se logró obtener por medio de un cuestionario escrito o por una guía de entrevista, para lo cual se consiguió utilizar las preguntas del cuestionario.

### **2.5.2 Entrevista**

Se realizaron entrevistas a los directivos comuneros, y trabajadores de los diferentes sectores económicos y sociales de la Provincia de Santa Elena, con el fin de conocer sus criterios con respecto a la “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, cantón Santa Elena provincia de santa Elena periodo 2012-2013”.

La entrevista es una técnica de investigación y podemos definirla como una situación construida o creada con el fin específico que el encuestado pueda expresar dentro de una conversación partes esenciales sobre sus referencias pasadas y/o presentes de igual forma manifestar sus intenciones futuras, de tal forma pueden ser:

Entrevista no estructuradas

#### **2.5.2.1 Entrevista no estructurada**

Es aquella que no necesita tener por anticipado las palabras precisas de las preguntas, puesto que posee la libertad para formular las preguntas y las respuestas ya que no se guían por un cuestionario o modelo rígido de interrogantes, este tipo de preguntas posee la ventaja de permitir un dialogo más profundo y cómodo, de presentar los hechos en toda su complejidad captando no

solo las respuestas a los temas elegidos sino también actitudes, valores y formas de pensar.

## **2.6 Instrumentos de investigación**

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información mediante la aplicación de la encuesta y entrevista en la provincia de Santa Elena fueron:

1. Cuestionario
2. Guía de entrevista

### **2.6.1 Cuestionario**

Los mayores expertos mundiales en el ámbito de las encuestas señalan “el cuestionario coloca a todos los entrevistados en la misma situación psicológica y mediante un sistema de notaciones simples, facilita el examen y asegura la comparabilidad de las respuestas.

El cuestionario es una técnica de recolección de datos y está conformado por un conjunto de preguntas escritas que el investigador administra o aplica a las personas o unidades de análisis, a fin de obtener la información empírica necesaria para determinar los valores o respuestas de las variables es motivo de estudio.

Por lo tanto para la elaboración del cuestionario se tomó en consideración la hipótesis y objetivos de investigación, es así que las preguntas fueron abiertas y cerradas, las mismas que se las detalla a continuación.

### **2.6.1.1 Preguntas abiertas**

Están organizadas para que el encuestado responda sin considerar alternativas de respuestas, esto se lo realiza puesto que no se tiene suficiente información para cerrarlas o porque se requiere más información en forma de opiniones más amplias por parte de los entrevistados

Esto hace que las respuestas a una misma pregunta puedan ser diferentes ya que depende del criterio del individuo que las emite, a su vez esto conlleva la dificultad de tabularlas como verdaderas, falsas, a favor, en contra de tal o cual aspecto, por lo cual es preferible tabularlas considerando las tendencias generales.

### **2.6.1.2 Preguntas cerradas**

Las preguntas cerradas pueden organizarse de tal forma que el encuestado conteste numéricamente o bien, puede incluir alternativas o posibilidades de respuestas que deben ser escogidas por el encuestado, es así que la cuantificación y calificación de respuestas sea objetiva, puesto que se refiere a datos objetivos, tales como, edad, sexo, estatura, peso, etc., o a su vez logran ser contestadas sí o no, esto ya depende de la propuesta que se dé dentro del cuestionario:

En conclusión con la aplicación del cuestionario se trata de obtener de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en la investigación, la misma que se efectúa mediante una población o muestra representativa, para lo cual se debe tener en cuenta que la encuesta no compite con la observación, ni con la entrevistas, estas deben verse como técnicas complementarias, puesto que se puede obtener información más amplia.

### **2.6.3 Guía de entrevista**

La entrevista facilita información a datos sobre sí mismo o sobre el tema que se está investigando, esta técnica permite identificar sus opiniones sobre cuales

consideran que son sus fortalezas y debilidades, puesto que la entrevista está diseñada, para obtener información en forma verbal las mismas que fueron diseñadas con anterioridad.

Por lo expuesto anteriormente es la más conveniente para ponerlo en práctica en la recolección de información en la provincia de Santa Elena puesto que se tiene mayor flexibilidad al realizar la entrevista a los principales directivos de la comuna y habitantes en general.

## **2.7. Poblacion y Muestra**

### **2.7.1. Población**

La población económicamente activa de consumidores de perfumes en la provincia de santa Elena y las provincias aledañas como Guayas y Manabí son de 270000 según la encuesta realizada por la empresa de perfumes Belcorp.

### **2.7.2 Muestra**

Aplicando la fórmula para sacar la muestra exacta para tener una mayor profundidad es de 203.

### **2.7.3 Muestreo**

El muestreo se tomó de la provincia de santa Elena 17966 consumidores y las provincias aledañas con 250000 consumidores.

### **2.7.4 Calculo de la muestra**

La población que se procedió a investigar constituye una parte esencial para el desarrollo de la creación de la empresa, la misma que se descompone de la siguiente manera:



### Cuadro

#### Total de la población económicamente activa de consumidores de perfumes

COMPOSICIÓN	POBLACIÓN
Autoridades	4
Habitantes de la comuna Manantial de Chanduy	2030
Consumidores de provincia de santa Elena	17966
Consumidores de la provincias aledañas	250000
<b>TOTAL</b>	<b>270000</b>

**Fuente:** Datos realizados por la Empresa de perfumes Belcorp.

**Autora:** Andrés Mejillones Castro.

#### 2.7.5 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N(pq)}{(N-1)\left(\frac{E}{k}\right)^2 + pq}$$

n = Tamaño muestra

N = Universo

p = Variable positiva

q = Variable negativa

E = 5% máximo de error admisible

K = Constante

**Desarrollo:**

$$n = \frac{270000(0,25)}{(270000 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,25} = \frac{67500,00}{270000 (0,025)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{67500,00}{269999 (0,000625) + 0,25} = \frac{67500,00}{333,25 + 0,25}$$

$$n = \frac{67500,00}{333,50} = 202,34338$$

**n ≈ 203 Encuestas**

Una vez aplicada la fórmula de la muestra tomando en cuenta el total de la población se tiene como referencia aplicar 203 encuestas, las mismas que van a estar dirigidas a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

## **2.8 Procesamiento de la investigación**

Una vez levantada la información de campo, se procederá con la aplicación de los elementos necesarios que permitan la tabulación de los datos de tal forma poder analizarla con el objetivo de poder tomar los correctivos necesarios.

En cuanto a las técnicas de análisis de datos se tomaron en cuenta los siguientes elementos:

### **2.8.1. Codificación de datos**

Para lo cual se tomara en cuenta los cuadros representativos generales de los resultados obtenidos luego del estudio de campo.

### **2.8.1 Análisis de resultados**

Se realizaron análisis cuantitativo, porcentual, gráfico y cualitativo.

#### **2.1.1 Tabulación de datos**

Fundamentada exclusivamente en datos numéricos y porcentuales, es decir utilizar frecuencias

#### **2.1.2 Gráficos**

Para la representación de los datos se realizaron gráficos circulares.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Dentro de marco metodológico del trabajo de investigación, es necesario plantear lo referente al análisis e interpretación de los resultados provenientes de la recolección de información. Concluida la etapa de obtención de datos, éstos deberán someterse a un proceso técnico que facilite su comprensión y razonamiento para emitir conclusiones y recomendaciones de valor para la investigación, siempre, en función de las bases teóricas que orientaron el problema planteado.

El análisis de los resultados es una fase de la investigación de carácter técnico y estadístico, en el que se aplican una serie de operaciones orientadas al desarrollo de interpretaciones significativas, por lo que se requiere de mucho juicio, razonamiento y cordura para formular las sugerencias e indicaciones más relevantes para el trabajo.

El análisis comprende la conformación de categorías, la ordenación y manipulación de la información para resumirla y poder exponer resultados en función de las interrogantes de la investigación, con ello se pretende abreviar los datos de una manera comprensible para interpretarlos y relacionarlos con el problema planteado.

A través de la estadística descriptiva y con la ayuda de Microsoft Excel se han elaborado distribuciones de frecuencias y representaciones gráficas circulares que facilitan la exploración, organización y análisis de los datos obtenidos, para expresar criterios válidos y confiables encaminados al fortalecimiento de la propuesta.

### 3.1. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La encuesta se realizó en los tres cantones incluyendo la Ruta del Sol, de la siguiente manera:

TABLA No. 5

Muestra	203
Sectores a encuestar	4
Nº de encuesta a aplicar en c/s	61

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones.

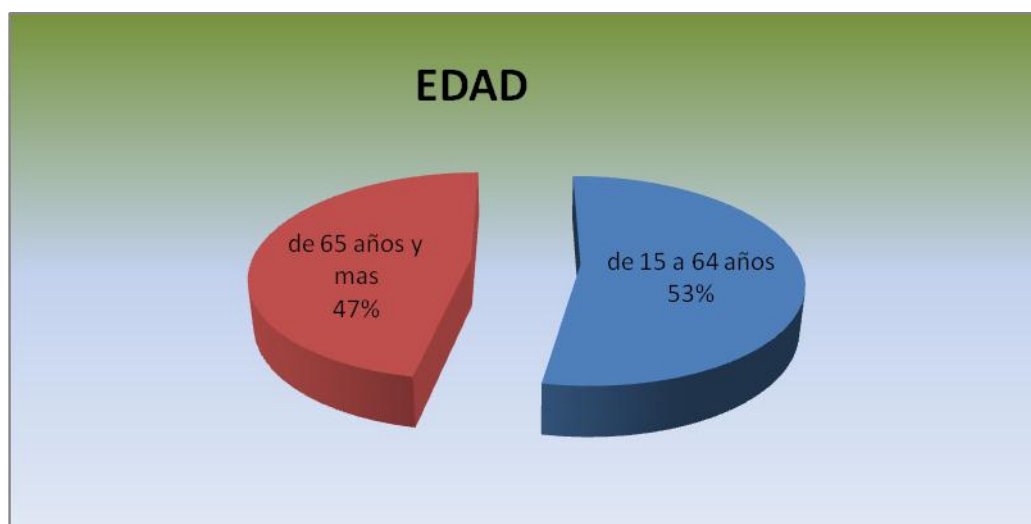
En la cual se obtuvo información valiosa sobre la importancia de la creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, los productos que se comercializan, cada qué tiempo los adquieren, factores que se toman en consideración para su compra, precio, entre otros.

## 1.- EDAD

**TABLA No. 6**

¿En qué rango de edad se encuentra?	Porcentaje	Valor
de 15 a 64 años	53%	108
de 65 años y mas	47%	95

**GRAFICO No. 4**



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

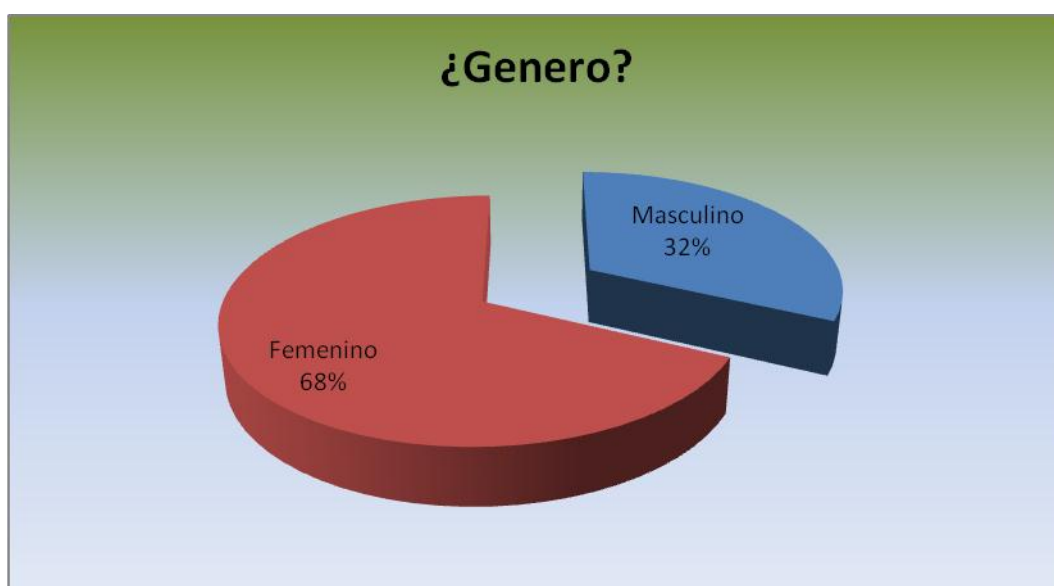
Para nuestro estudio consideramos la edad de los encuestados por la importancia que tiene al momento de establecer nuestro mercado meta. Para realizar un estudio equitativo se tomó en consideración dos segmentos objetivos para nuestro negocio: las personas de 15-64 años, en este rango se incluirían a adolescentes que es representado por el 53% de los encuestados, según el estudio muestra que es representada por el 47%. Nuestro estudio nos muestra que en el rango de 15 a 64 años tenemos un mayor índice de aceptación, por lo que enfocaremos nuestro mercado a jóvenes y adultos mayores de futuros clientes.

## 2.- GENERO

TABLA No. 7

¿Cuál es tu género?	Porcentaje	Valor
Masculino	32%	65
Femenino	68%	138

GRAFICO No. 5



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

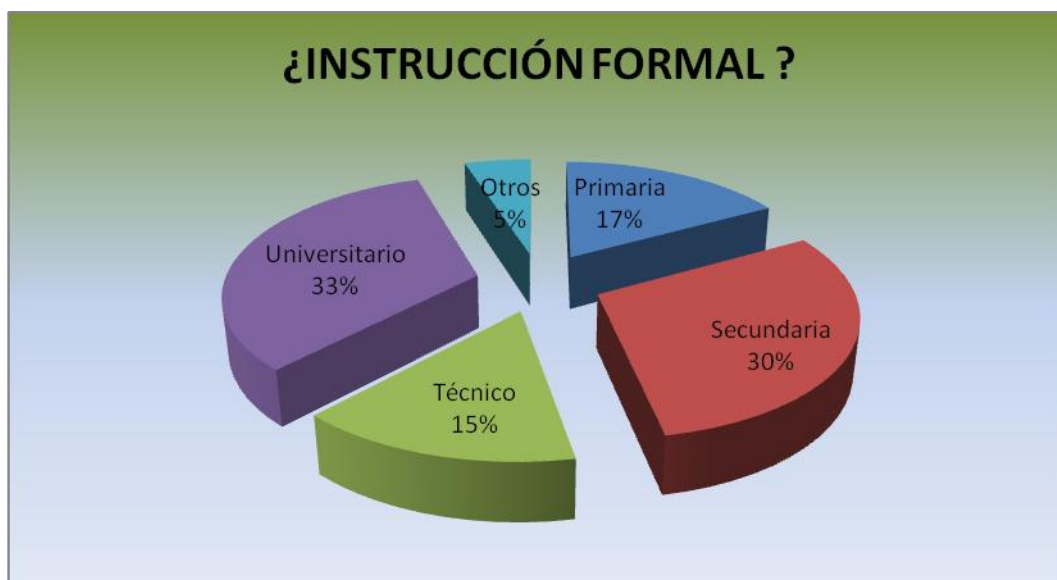
Para nuestro estudio de mercado hemos considerado el sexo de los habitantes por la gran importancia e influencia que tiene, como podemos observar en la tabla y gráfico 2, del estudio de 203 personas nos muestra que el 68% de las personas encuestadas corresponden al sexo femenino mientras que el 32% de los encuestados corresponden al sexo masculino, esta muestra nos refleja que el mayor índice de aceptación lo tendremos en el sexo femenino, por este motivo se buscaran alternativas para poder fomentar la aceptación de los perfumes a base la pulpa del maracuyá” por parte del género masculino. En lo analizado, se detectó que hay más mujeres que hombres habitando en la provincia.

### 3.- INSTRUCCIÓN FORMAL

TABLA No. 8

¿Qué nivel de instrucción formal tiene?	Porcentaje	Valor
Primaria	17%	35
Secundaria	30%	61
Técnico	15%	31
Universitario	33%	67
Otros	5%	9

GRAFICO No. 6



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

En la provincia de Santa Elena las encuestadas realizadas de los habitantes de los diferentes sectores teniendo como resultado, el 17% estudió la primaria por falta de recursos económicos, el 30% la secundaria, 15% estudios técnicos una forma rápida de acceder a conseguir empleo, 33% estudios superiores y otros estudios el 5% con esto comprobamos que hay personas que nos ayudan con el cambio cultural y que ayudaran al desarrollo de la empresa en los diferentes campos como administrativo, operativo entre otros.



#### 4. LE GUSTAN LOS PERFUMES

TABLA No. 9

¿Le gustan los perfumes que normalmente se comercializan en la provincia de Santa Elena?	Porcentaje	Valor
SI	93%	188
NO	7%	15

GRAFICO No. 7



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

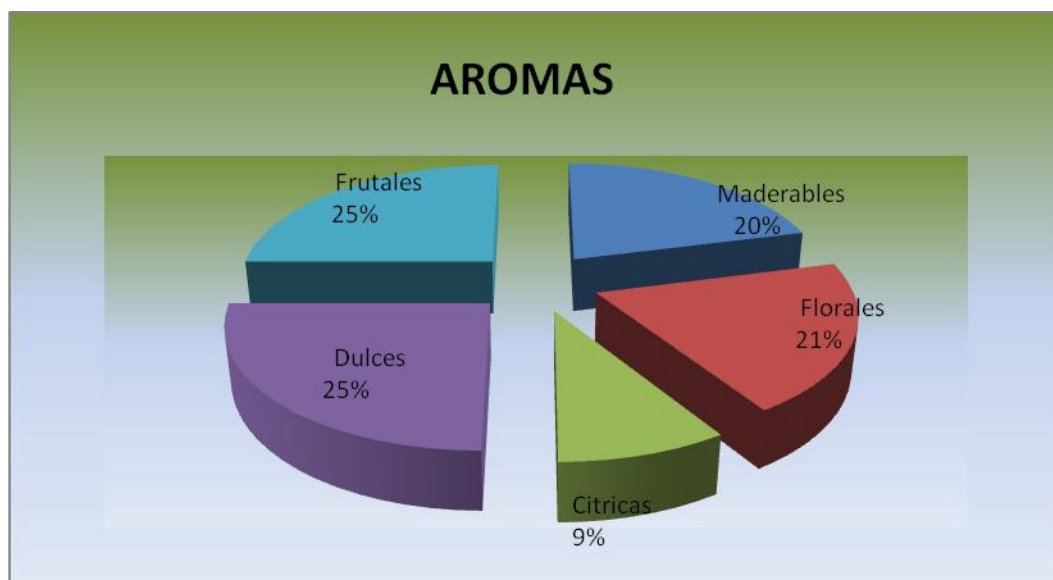
Las diferentes empresas que comercializan perfumes en nuestra provincia son muchas, pero estos ya tienen mucho tiempo descubiertos y en esta época de temporada existe una concurrencia de turistas muy grande donde se podría aprovechar para que conozcan los perfumes que ofrecería nuestra empresa, según el estudio realizado a los habitantes y turistas de la provincia de Santa Elena, las personas en un 93% dicen que les gustan los perfumes y en un 7% que no. Esto nos ayuda a pensar que estamos en un mercado muy bueno y que podemos ingresar con mayor fuerza y en el futuro llegar a formar parte a nivel nacional y porque no a nivel internacional considerando que es una empresa formada en la provincia de Santa Elena.

## 5.- AROMAS

TABLA No. 10

¿Al momento de comprar porque aroma se inclinaría?	Porcentaje	Valor
Florales	21%	42
Maderables	20%	40
Cítricas	9%	21
Dulces	25%	50
Frutales	25%	50

GRAFICO No. 8



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

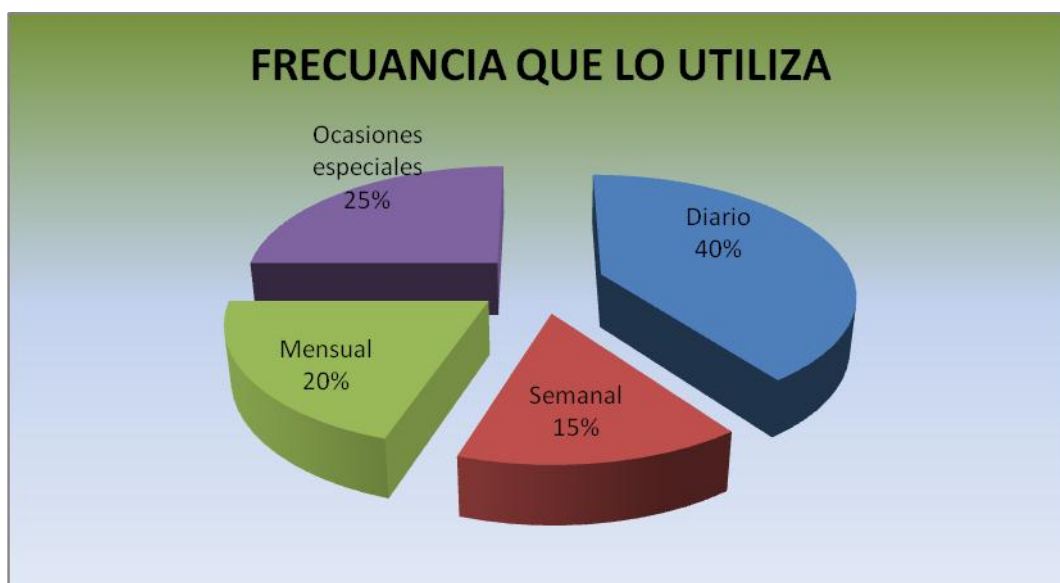
Una de las causas porque no son explotados muchas riquezas naturales es por el acceso vehicular a la provincia, por este motivo es que vienen empresas extranjeras y se apoderan rápidamente del mercado local con aromas novedosos, donde el análisis de mercado refleja en los tipos de aromas que las personas prefieren decidieron que el 21% le gustan el aroma floral el 20% los maderables, el 9% los aromas cítricos, el 25% los aromas dulces y el 25% los frutales teniendo claro que a los habitantes de la provincia le gustan los olores naturales.

## 6.- FRECUENCIA QUE LO UTILIZA

Tabla No. 11

¿Con qué frecuencia utiliza usted perfume?	Porcentaje	Valor
Diario	40%	83
Semanal	15%	30
Mensual	20%	40
Ocasiones Especiales	25%	50

GRAFICO No. 9



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

Existe un gran número de empresas que comercializan constantemente nuestra provincia generando ingresos a los habitantes de la misma ya que difunden sus productos mediante catálogos, las personas encuestadas que utilizan perfumes dijeron que usan diariamente el 40% ya que ellos trabajan para ayudarse, semanalmente el 15% para cuando se dirigen a pasear junto a sus familiares, mensualmente el 20% cuando se dirigen a eventos sociales y en ocasiones especiales el 25% esto nos ayuda al desarrollo económico de la comuna.

## 7.- PERFUME NUEVO

CUADRO No. 12

¿Le gustaría probar un nuevo perfume creado en la provincia de santa Elena?	Porcentaje	Valor
Si	95%	193
NO	5%	10

GRAFICO No. 10



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

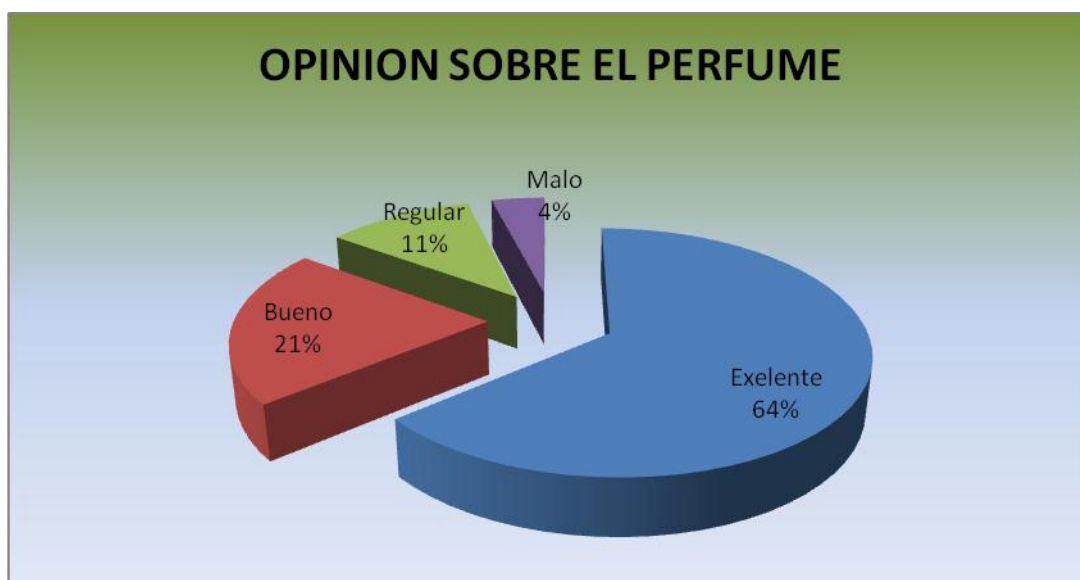
En su mayor parte la población de la provincia de Santa Elena desea probar un producto nuevo de perfumes a base de la pulpa de maracuyá con el 95% positivo y solo el 5% negativo, porque crearía una fuente de trabajo y el desarrollo de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy, ya que por muchos gobiernos locales de turno no han sido tomados en cuenta y la mayoría de sus habitantes han tenido que migrar hacia otras provincias incluso hacia otros países. Una de las mayores causas, motivos porque la comuna Manantial de Chanduy no progresa es por la falta vías en buen estado para conocer sus riquezas naturales. Para fomentar la inversión gubernamental o privada.

## 8.- OPINION SOBRE EL PERFUME

CUADRO No. 13

¿Qué opina del perfume que le acabaron de aplicar?	Porcentaje	Valor
Excelente	64%	130
Bueno	21%	40
Regular	11%	25
Malo	4%	8

GRAFICO No. 11



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

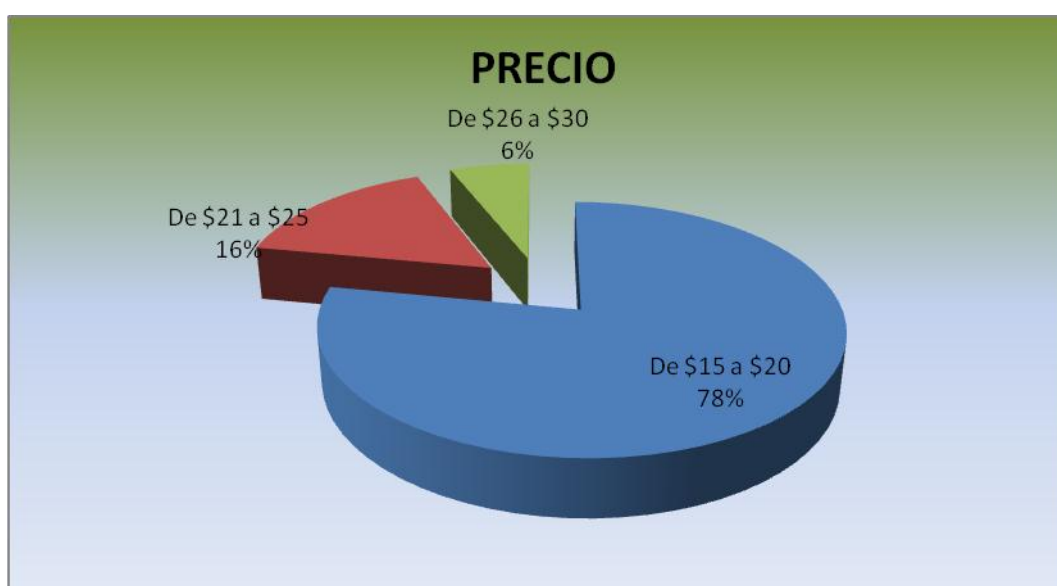
La aceptación del producto fue de excelente 64% ya que percibían un olor agradable y que perduraba, bueno 21% por la cantidad de perfumes que existe en el mercado, regular un 11% por la exigencia de los habitantes de los cantones y malo 4% por el motivo causar molestias en la aplicación de la encuesta causó gran sensación a los habitantes según los porcentajes que presentamos en este análisis y un mayor grado de compromiso para seguir en la creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.

## 9.- PRECIO

CUADRO No. 14

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?	Porcentaje	Valor
De \$15 a \$20	78%	159
De \$21 a \$25	16%	31
De \$26 a \$30	6%	13

GRAFICO No. 12



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

El valor que se cancela por un perfume a base de la pulpa del maracuyá es muy importante porque esto influye en la demanda proyectada del producto que se brindara, nuestro estudio nos muestra que el 78% de los encuestados estaría dispuesto a cancelar de \$15,00 a \$20,00; seguido por el 16% de los encuestados que estarían dispuestos a cancelar de \$21,00 a \$25,00; el 06% de los encuestados estaría dispuesto a cancelar de \$26,00 a \$30,00, por este motivo consideramos este precio como base al perfume que se comercializara en toda la provincia de Santa Elena, de este valor le sumaremos el impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto a consumos especiales (ICE).

## 10.- PRESENTACION

CUADRO No. 15

¿Qué fue lo que más le gusto de la presentación del perfume?	Porcentaje	Valor
Aroma	50%	102
Empaque	3%	6
Precio	5%	10
Todas las anteriores	42%	85
Nada	0%	0

GRAFICO No. 13



**Fuente:** Encuestas habitantes de la provincia de Santa Elena

**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

Se realiza el análisis considerando el desarrollo e impacto económico que tendría la creación de este tipo de proyecto de creación de una empresa, ya que la mayoría de sus habitantes son jóvenes, que fue de lo que más le gustó dijeron que el 50% el aroma de una fruta, el 3% el empaque tiene una forma de aceptación, el 5% el precio ya que es accesible a todo público y todas las anteriores con el 42% nos conlleva a tener una buena idea y un buen análisis del producto a ofrecer al mercado peninsular.

### **3.2 ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.**

Realizamos una entrevista al Sr. Daniel Holguín Domínguez presidente de la comuna Manantial de Chanduy para poder saber realmente las necesidades que tienen los habitantes y el impacto económico, social y productivo que tendría fomentar la creación de una empresa, nuestro estudio muestra la forma más clara y analítica del proceso de aplicación del proyecto el cual se considera que con la creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, sería muy beneficiosa para la comuna Manantial de Chanduy, porque con esto se ayudaría al desarrollo económico y social de las familias, fomentando el emprendimiento y aplicación de los conocimientos, de los habitantes sirviendo para el sustento de muchas familias porque ellos serían las personas encargadas de administrar y operar la empresa, el proyecto está enfocado a incrementar cada año nuevos productos y fomentar la venta directa de los mismos que se producen en la comunidad desarrollando el emprendimiento comunitario a gran escala para que estas familias puedan mejorar su estilo de vida y alcanzar el buen vivir que establece nuestra constitución, el presidente de la comuna se compromete a gestionar en lo que le compete para que este proyecto se cumpla porque poseen un espíritu emprendedor y tienen todas las ganas que exista un proyecto de esta magnitud para fomentar y explotar las actividades de producción y comercialización, y poder ofrecer al mercado comercial nacional como internacional un nuevo producto y mostrar que en nuestra provincia existen habitantes preparados para ayudar al desarrollo del país, se solicitara a la prefectura y a la alcaldía que se gestione la construcción de la carretera de acceso a la comuna, la elaboración de un parqueadero vehicular y la dotación de todos los servicios básicos. Obteniendo los recursos necesarios para la aplicación del proyecto ayudaría a muchos habitantes de la comunidad porque serian ellos los entes productores del mismo creando fuentes de trabajo directas e indirectas para muchas personas que no tienen el dinero suficiente para subsistir diariamente, una gran cantidad de habitantes se beneficiarían porque se concentraría en buscar el talento humano de la misma comuna y sus alrededores, las actividades eco



turísticas, la de pesca y de aventuras también se llevarán a cabo por parte de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy.

Las ventajas que tendría la comuna Manantial de Chanduy con la aplicación del proyecto de creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, en la zona existen productos marinos como, cangrejos, pescados, camarones, entre otros que se utilizarían para elaborar los diferentes tipos de comidas, otra de las ventajas es que existe un gran número de personas desempleadas que podrían laborar en la empresa y otras se dedicarían a la producción del maracuyá para que se conviertan en nuestras fuentes de la materia prima, las desventajas que tendríamos es que no exista la publicidad adecuada de la comuna para la provincia.

La empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, estará ubicado en el centro de la comuna ya que por descuido de las autoridades de turno existen terrenos baldíos en casi la mayor parte de la comuna.

Tomando y aplicando todos los mecanismos de desarrollo del comercio comunitario, este proyecto tendrá un gran impacto en el mercado productivo y comercial nacional e internacional por las grandes alternativas que se podrán establecer en el ámbito productivo-comercial-turístico local ya que trataríamos de contactarnos con universidades de diferentes provincias del país para que los estudiantes de las diferentes facultades aprecien la producción y los mecanismos que se implementaran en la planta procesadora y comercializadora de perfumes en la provincia de Santa Elena.

### 3.3 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente estudio se puede concluir:

La empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá está en el mercado ampliatorio como los jóvenes, adultos, adultos mayores ya que los resultados a las personas de las diferentes edades les gusta usar perfumes de diferentes aromas.

Los directivos se sienten conforme como han desarrollado sus actividades pero tienen claro que les hace falta la implementación de recursos por parte de los gobiernos autónomos descentralizados como el municipio de Santa Elena para que mejore la infraestructura que le permita tener una mejor concurrencia de personas ya sean estas nacionales o extranjeras.

Los habitantes desarrollan cada una de sus actividades de una forma empírica muchas veces sin saber que los productos que ellos cosechan es el pilar fundamental para algunas empresas para que elaboren sus productos finales como, jugos, manjares, perfumes, entre otros se mantenga con el pasar del tiempo, dentro de la encuesta se pudo verificar que muchos de los habitantes de la comuna no tienen estudios secundarios, pero gracias a la implementación de la universidad estatal península de Santa Elena sus descendientes en un futuro serán profesionales y que ellos formaran parte de la empresa algunos administrándola y otros operativos.

### **3.4 RECOMENDACIONES**

Tomando en consideración los criterios de los directivos, trabajadores y habitantes en general dentro de la investigación de campo realizada para la creación de la empresa procesadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, se establece la necesidad de comprometer a todos los actores el contar con un plan de acción que oriente a mejorar la gestión administrativa que pueda tener la empresa.

Brindar capacitación constante de atención al cliente puesto que esto permitirá dar un mejor servicio y conocimiento a cada uno de los habitantes para que sean ellos formen parte del departamento de ventas y tengan mejor calidad de vida.

Determinar objetivos que permitan ayudar la gestión administrativa de la empresa.

Dotar de tecnología e infraestructura lo que le permitirá mejorar la imagen institucional.

Establecer un plan de marketing que permita dar a conocer el producto en todos los cantones, barrios, comunas en todos los sectores de nuestra bella y linda provincia de Santa Elena.

Fijar las funciones básicas de todos los integrantes de la empresa.

Implantar la creación de la empresa de tal forma conseguir que todos trabajen por buscar el beneficio y superación de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy para mejorar su presupuesto y que sirva de base para planificar y tomar decisiones al momento de ejecutar algún proyecto.

## CAPITULO IV

### 4.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.

#### 4.2.1. Objetivo General.

Determinar la viabilidad de la instalación y operación exitosa de un proyecto de inversión para comercialización e industrialización de los perfumes a base de la pulpa del maracuyá para el mercado local y nacional. Como alternativa para mejorar el nivel de vida de los productores y habitantes en general de la comuna Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena en el periodo 2012 – 2013.

#### 4.2.2. Objetivos Específicos.

- Plantear las estrategias de productividad y comercialización del producto.
- Determinar la producción de maracuyá en la zona, para determinar la capacidad productiva del montaje.
- Proponer tecnología de punta en la producción de harina de maracuyá para elevar los márgenes de producción y reducir las pérdidas.
- Realizar un estudio de factibilidad tanto técnico como comercial y financiero del proyecto.
- Determinar el recurso humano que permitirá el manejo eficiente de las áreas administrativas y productivas.
- Contribuir al desarrollo de la zona y elevar las condiciones de vida de los habitantes de la comuna Manantial.
- Demostrar que el proyecto es viable económicamente, utilizando criterios numéricos reales.

### **4.3. Aspectos Técnicos.**

#### **4.3.1. Descripción de la empresa.**

La empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy en la provincia de Santa Elena, será creado para satisfacer las necesidades de los habitantes y los comerciantes más exigentes.

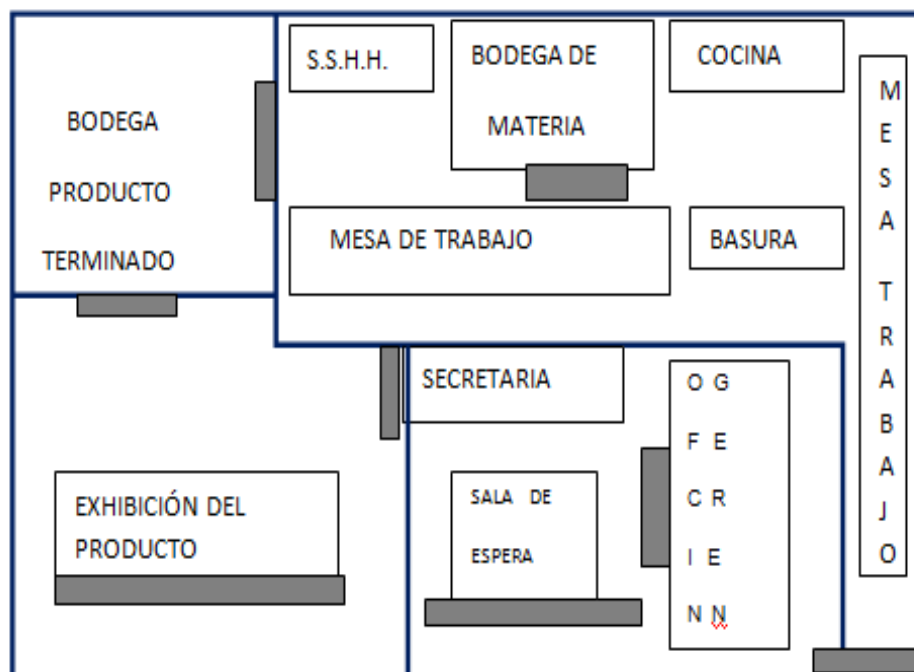
Contaremos con maquinarias de última tecnologías y personal completamente preparado, para dirigir y operar en la empresa.

Nuestra misión, no es sólo de ofrecer un producto de calidad sino formar una sola familia entre empleados, visitantes y amigos.

Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente.

#### **4.3.2. Infraestructura de la planta**

La estructura de la planta se ha determinado de acuerdo a los requerimientos de la producción por lo cual se diseñó una que representa el área de producción y administración en que se desarrollará el negocio.



**Elaboración:** Andrés Mejillones Castro

#### **4.4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.**

##### **4.4.1. Misión**

Es una empresa con el propósito de brindar al mercado productos de perfumería de alta calidad, con la capacidad de otorgar a los consumidores ricas y deliciosas fragancias que logren satisfacer sus necesidades cosméticas, dándole al cuerpo humano aromas con una fijación por horas.

##### **4.4.2. Visión**

En el 2016 esperamos posesionarnos como una de las principales empresa cosméticas, aumentando su capacidad de producción y mejorando el nivel de vida de nuestros trabajadores, a través del aumento de sus diferentes niveles de venta que brindan a los futuros consumidores potenciales.

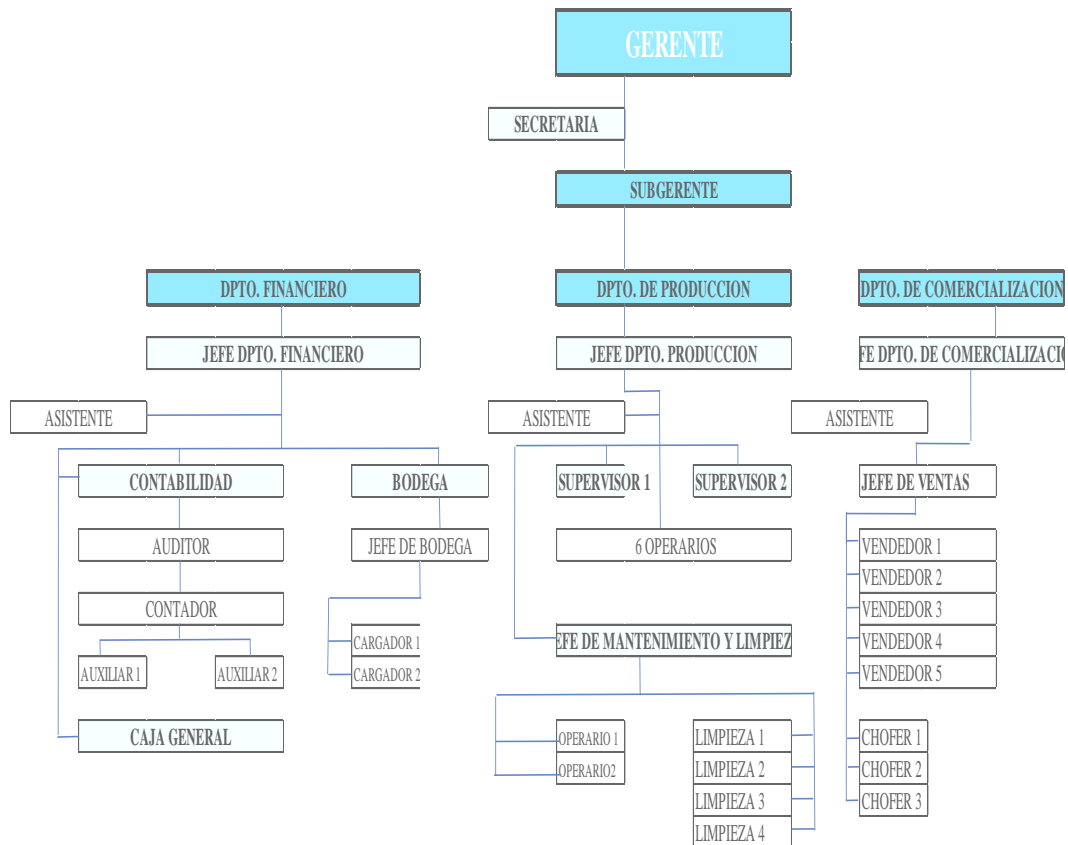
#### **4.4.3. Valores**

Los valores con los que cuenta nuestra empresa son: Respeto, Eficiencia, Compromiso, Calidad

- Respeto: Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la procesadora.
- Eficiencia: Utilizar los recursos existentes en su totalidad para los fines que han sido destinados, para poder obtener niveles de productividad según los objetivos trazados.
- Compromiso: Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, para alcanzar los objetivos.
- Calidad: El crecimiento y éxito de nuestra organización, se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad del servicio prestado.

#### **4.4.4. Organigrama**

i. Presentación del organigrama



#### 4.5. Orgánico Funcional

**Gerente General:** Sera el encargado de realizar la planificación mensual de producción y de la distribución de los recursos necesarios para cumplir los objetivos de ventas mensuales.

Tiene la autoridad suficiente para contratar asesores legales y ambientales que le ayuden a satisfacer los requerimientos de ley para el buen funcionamiento de la planta.



Entre sus funciones principales están:

1. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas planificaciones.
2. Poner atención a las operaciones diarias, haciendo recomendaciones y creando cursos de acción para hacer mejoras si es necesario.
3. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y su análisis se están llevando correctamente.
4. Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, proveedoras de recursos económicos para la inversión.
5. Coordinar reuniones regulares con los gerentes de cada departamento para asegurar su rentabilidad y eficiencia.
6. Supervisar la contratación y entrenamiento de todos los gerentes de departamento.
7. Supervisar y mantener planes de remuneración para todos los empleados.

**Jefe del Departamento de Producción:** Sera el encargado de cumplir con la producción estimada por el gerente general. Realizará el análisis microeconómico del entorno. Entre sus funciones principales están:

1. Dar seguimiento al programa de producción mensual.
2. Determinar lo relacionado a la nueva tecnología.
3. Revisar que la producción final cumpla con los parámetros de calidad.
4. Mantener control del inventario de materia prima dentro de la planta.
5. Coordinar con los operarios y el departamento de talento humano, la capacitación continua de los trabajadores.
6. Colaborar con el equipo de seguridad industrial e higiene ocupacional para prevenir accidentes.

**Operarios recolección de la Fruta:** Están encargados de transportar los residuos; y del embarque del producto final en camiones para su posterior venta a las empresas de producción jugos, mermeladas, entre otros.

**Operarios de recepción y separación de la fruta:** Recepción de los desechos dentro de la planta; separar la pulpa de la fruta; detección y separación de la peticina, transportar la fruta hacia las trituradoras; almacenaje de materia prima para ser vendida.

**Operarios de trituración de la fruta:** Manejo de maquinarias de trituración; trituración de la fruta; mantenimiento de máquinas; mantenimiento de herramientas; guardar en bodegas las herramientas.

**Jefe Departamento Financiero:** El ocupante del cargo planificará el ciclo de los proyectos, en cuanto a las acciones financieras, es decir, la distribución eficiente de los recursos para la ejecución, operación y control de los procesos productivos y administrativos. Sus funciones son:

1. Deberá tomar decisiones financieras y efectuar el análisis.
2. Será responsable de la administración de cartera de inversión
3. Tomará decisiones de financiamiento a corto y largo plazo.
4. Realizará el análisis de los pronósticos financieros.
5. Preparará los planes y presupuestos financieros de la empresa.
6. Arreglará el financiamiento para las inversiones de nuevos activos.

**Jefe departamento de logística:** Es el responsable del control de la gestión y elaboración de informes cuantitativos y cualitativos con respecto a la comercialización del producto en los puntos de venta, de la distribución y/o transportación del producto final, y, las ventas en escala al por mayor y por menor.

Tareas principales:

1. Control de la de cartera de clientes
2. Prospección y captación de otros clientes
3. Cumplir con las cuotas asignadas
4. Elaboración de informes cuantitativos que recogen resultados.
5. Preparación de ofertas y presupuestos
6. Atención de ferias y exposiciones.

**Jefe Departamento de recursos humanos:** Sus funciones son:

1. Responsabilizarse del personal administrativo, operativo y de ventas.
2. Canalizar recursos para la prevención de accidentes de trabajo a través de mecanismos de seguridad industrial y de higiene ocupacional.
3. Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados de cada uno de los departamentos de la planta.

#### **4.6. Constitución de la empresa**

##### **4.6.1. Características**

La compañía es de responsabilidad limitada de carácter unipersonal, una fábrica procesadora de materia prima cuyo artículo final será perfumes derivados de la pulpa de maracuyá.

Se conforma esta empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente. Se puede conformar esta compañía por una persona que tenga la capacidad legal para realizar actos de comercio, esto es lo contemplado en el artículo 6 del Código de Comercio y artículo 1461 del Código Civil.

##### **4.6.2. Número de socios**

La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada permite que una sola persona natural constituya una empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias de la Ley de Compañías.

#### **4.6.3. Razón Social**

La razón social de nuestra empresa es el procesamiento de materia prima proveniente de los residuos forestales que deja la producción de los ebanistas artesanos en acabados de madera. Nos acogemos al artículo 94 de la Ley de Compañías que nos dice que toda empresa de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio.

#### **4.6.4. Nombre de la empresa**

El nombre, MEJILLONES S.A., se registrará por los principios de propiedad e inconfundibilidad, según el Art. 16 de la Ley de Compañías.

#### **4.6.5. Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)**

Nuestro Representante Legal entregará al Servicio de Rentas Internas (SRI), las correspondientes solicitudes para que nuestra empresa obtenga el Registro Único del Contribuyente (RUC), para así poder emitir facturas del servicio prestado a nuestros clientes; que en este caso, son empresas privadas o públicas de Guayaquil y de la provincia de Santa Elena.

#### **4.6.6. Capital mínimo**

El capital suscrito de la compañía se establece de acuerdo a la Ley que establece que deberá ser por un monto total de dinero que el gerente-propietario hubiere destinado a la actividad misma, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

Si en cualquier momento de existencia de la compañía unipersonal de responsabilidad limitada, el capital fuera inferior al mínimo establecido, en función

de la remuneración básica mínima unificada que entonces se hallare vigente, el gerente propietario deberá aumentar el capital dentro del plazo de seis meses y deberá registrarse en el Registro Mercantil dicho aumento, caso contrario la empresa entrará en liquidación inmediatamente. Esta compañía puede hacer aumentos de capital que provengan ya sea de un aporte en dinero del gerente-propietario o por capitalización de reservas o utilidades.

Entonces, si para el 2012 la remuneración básica mínima unificada se estableció en 292 dólares, el capital inicial de estas compañías no podrá ser inferior a 2920 dólares.

#### **4.6.7. Permisos**

Para la constitución de una “Compañía” se necesitan de muchos aspectos de fundamental importancia: como la parte técnica o administrativa, los lineamientos legales que se establecen en la legislación ecuatoriana, y los permisos requeridos por las autoridades locales dentro de la provincia de Santa Elena.

Por lo tanto para poner en marcha la empresa necesitaremos tramitar los siguientes permisos:

**Permiso de funcionamiento de la Comisaria Municipal:** La Comuna Manantial de Chanduy se encuentre bajo el régimen municipal del cantón Santa Elena, en cuanto la compraventa de terreno y además para emitir los respectivos permisos la empresa deberá de cumplir con los requisitos necesarios para su funcionamiento con normalidad:

- Copia de cédula de identidad, certificado de votación y RUC.
- Permiso del cuerpo de bomberos de su jurisdicción 2011.
- Certificado de salud pública de su jurisdicción del 2011.
- Solicitud del departamento de Comisaria Municipal.

- Pagar derecho de uso de suelo municipal.
- Permiso del departamento de higiene.
- Certificado del departamento de medio ambiente.
- Realizar trámite en los departamentos de catastro y renta.

**Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santa Elena:** El Cuerpo de Bombero se rige a las normas de seguridad donde se vaya a realizar el trabajo de la planta procesadora tomando en cuenta muchos factores como son los equipos de seguridad para cada área donde se va a trabajar, extintores necesarios, instalaciones eléctricas correctas, botiquín de primeros auxilios, vestuario adecuado del trabajador, maquinarias con la debida protección para los empleados. Para conseguir este permiso el cuerpo de bomberos realiza una inspección de la planta, el mismo que debe tener al día el pago del permiso de funcionamiento en el municipio.

El requisito es la copia del permiso del funcionamiento, y la aprobación de la ficha de inspección y que fue realizada correctamente.

**Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública:** La Dirección Provincial de salud otorga el permiso de funcionamiento con los siguientes documentos que a continuación se detalla:

Copia y cédula del representante legal, certificado de votación y RUC

Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.

Acta de creación de la planta.

Nombramiento del representante legal.

Nombramiento del responsable técnico.

Copia del certificado de salud del representante legal y los empleados.

Solicitud dirigida al Director Provincial de salud.

Inspección de la Planta

#### 4.7. Matriz FODA

TABLA No. 16

MATRIZ FODA	FACTORES INTERNOS	
	<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
	Personal capacitado en la producción.	Presupuesto rígido.
	Disponibilidad de insumos locales.	Prestigio.
	Ubicación en una parroquia rural.	Ausencia de ventaja competitiva.
	FACTORES EXTERNOS	
	<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
	Disponibilidad de capital.	Demora en trámites burocráticos.
	Tecnología extranjera sofisticada.	Daños al medio ambiente.
	Surgimiento de nichos de mercado.	Baja de servicios complementarios.
Tendencia en los estilos de vida.	Contratos y socios vitales.	
Comercialización y distribución.	Otras tecnologías.	

##### 4.7.1. Descripción de la matriz FODA

###### **Fortalezas**

Las materias primas principales que requiere el proyecto son la pulpa del maracuyá. En la comuna Manantial de Chanduy existen cultivos del maracuyá el cual ellos nos podrían proveer de este importante insumo.

Las parroquias rurales son una fuente de crecimiento socio-económico potencial, siempre y cuando éstas tengan los recursos, servicios básicos, vías de acceso, comunicación y los factores necesarios que los inversionistas visionarios requieren para poner en marcha un proyecto que conlleve a obtener utilidades.

Existe un personal capacitado con técnicas de producción de la pulpa del maracuyá, también el personal para dirigir los sistemas productivos, y personal que se encuentra en constante investigación de los procesos operacionales que ayudan a aprovechar los recursos materiales, humanos y económicos de la empresa.

### **Debilidades**

El presupuesto es rígido, para un determinado volumen de producción estimado previamente, para el inicio del emprendimiento de esta empresa se trabajará con un presupuesto rígido limitado para satisfacer los gastos que surgieren de manera imprevista. La empresa no está preparada para trabajar con pérdidas más allá de tres meses, es necesario cumplir con las expectativas de venta, con el cumplimiento de contratos ya establecidos, comercialización y distribución en las grandes urbes.

La inversión en publicidad aun es escasa. El prestigio que nuestra marca ofrece - aunque es sofisticada y cumple con los parámetros de calidad- aun no está propagada en la industria perfumera.

Por esta razón, la falta de grupos que atestigüen acerca de la calidad de nuestro producto, podría provocar una falta de credibilidad de la calidad que se ofrece.

Gozamos de una ventaja competitiva en el área local, porque la fábrica es única en la zona.

Sin embargo, no existe esta ventaja sobre los fabricantes con más experiencia en esta producción, ubicados en otras zonas como los de la provincia de Pichincha -los más cercanos.

### **Oportunidades**

Existe un capital interesado en la inversión de este producto. La creación de esta empresa pionera, la convertirá en empresa única porque dentro del territorio no existe otra que se dedique a esta rama de actividad industrial, lo cual podrá generar muchas fuentes de empleo para los habitantes y un desarrollo en la comunidad.



La tecnología que en la empresa a ubicarse en la comuna Manantial de Chanduy, Provincia de Santa Elena es de producción española, y como el proceso que se va a utilizar no es complejo por lo que solo se adquirirá la maquinaria necesaria para la producción.

Existen nichos de mercado complementarios que están surgiendo, por ejemplo, los intermediarios o distribuidores del producto, otro ejemplo lo constituyen las licitaciones que realizan las multinacionales (empresas privadas) y las del sector público.

Los canales para la comercialización y distribución crecen, existen grupos interesados en servir de intermediarios y ganar un margen de rentabilidad ofreciendo este servicio al consumidor final.

### **Amenazas**

Los trámites burocráticos que se deben resolver para conseguir los permisos legales y ambientales para empezar el funcionamiento, podrían demorar por la falta de conexión de información.

Aunque se han tomado las medidas preventivas para poder reciclar los desechos tóxicos que la fábrica produjera, resulta un factor negativo la forma en que la municipalidad se deshace de los residuos sólidos que la empresa desecha.

Si los servicios complementarios a nuestra actividad productiva llegaran a disminuir su nivel de ventas (como la comercialización y distribución de nuestro producto, así como la fabricación de productos terminados utilizando como materia prima nuestro producto) a causa de factores estratégicos (financieros, políticos, etc.) es probable que incidiera en nuestro volumen de producción.

La cartera de clientes aun esta en desarrollo. Los contratos fijados hasta la fecha no pueden ser dados de baja por ninguna de las partes, porque el presupuesto de ventas y todo lo que depende de estos ingresos, podría modificarse.

## **4.8. Características del producto**

### **4.8.1. Marketing Mix**

#### **4.8.2. Precio:**

Los precios están definidos por los costos variables que dependen del volumen de la producción (mano de obra, costos indirectos de fábrica y materia prima) y de los costos fijos (publicidad, remuneraciones, comisión, alquiler, transporte, etc.), dentro del proceso.

#### **4.8.3. Plaza:**

Para elegir la ubicación de la planta, se analizó las facilidades de transporte, la disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos materias primas, energía eléctrica, combustibles, disponibilidad de agua, características topográficas y costo de los terrenos.

La infraestructura de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes derivados de la pulpa del maracuyá se desarrollará en una nueva cuadra de 2500 m<sup>2</sup>, la construcción será de estructura metálica semi-abiertas con paredes de hormigón armados, estará ubicada en las jurisdicciones de la comuna, no cuenta con una identificación debido a que se encuentra en las zonas periféricas de la parroquia por lo cual, se solicitará la creación de una nueva cuadra para identificar su localización.

#### **4.8.4. Promoción y comercialización:**

La propuesta, al ser pionera en la industria local, se realizará eventos para dar a conocer el producto final que se procesa. En estos eventos se invitarán a los pequeños productores que componen nuestro segmento, esta será nuestra promoción de apertura. Además se organizará todas las actividades de promoción

necesarias para que la empresa pueda comunicar las cualidades y características del producto fuera de la provincia.

#### **4.8.5. Producto:**

La característica principal de los perfumes es que se va a extraer de la pulpa es una esencia para elaborar los perfumes; incluir nuevos atributos a nuestro producto; ampliar nuestra línea, aumentar el portafolio de productos de perfumes de marcas originales, incluir nuevos servicios al cliente que les brinde una mayor satisfacción del producto, garantías, facilidades de pago, una mayor asesoría en la comprar.

**GRAFICO No. 14**



#### **4.8.6. Envase:**

El envase es un producto que puede estar fabricado en una gran cantidad de materiales y que sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o venta.

Para cumplir este cometido el envase debe ofrecer la resistencia necesaria para evitar el deterioro del producto durante su transporte, almacenamiento y manipulación. Asimismo, el envase deberá resistir los factores ambientales externos como luz, gases, humedad, temperatura y agentes biológicos, para asegurar que las

propiedades del producto envasado se mantengan intactas y garantizar la higiene, seguridad y aceptación por parte del consumidor.

#### **GRAFICO No.15**



**Materiales de fabricación envases** los materiales más destacados para la fabricación de un envase son:

- Metales
- Vidrios
- Plásticos
- Papel y cartón
- Madera
- Lata
- Botella
- Tarro
- Frasco
- Envase de papel
- Envase flexible
- Blíster

Para el caso de los perfumes en el envase que utilizaremos serán frascos de vidrios con una capacidad de 3.3 oz o 100 ml que contendrán la siguiente información:

- Nombre del perfume
- Capacidad del envase
- País de fabricación
- Nombre de la casa fabricante de la fragancia.

#### 4.8.7. Empaque

El empaqueo incluye las actividades de diseñar y producir el recipiente o la envoltura para un producto. Se lo conoce como un embalaje secundario que se desecha cuando se va a utilizar el producto, para nuestro caso utilizaremos una caja de cartón.

También podemos mencionar que es aquel que contiene al producto en su presentación individual o básica dispuesto para la venta. A este grupo pertenecen todo tipo de contenedores, estuches como por ejemplo las bolsas plásticas, cajas entre otros.

El empaque debe contener datos fundamentales en los que se incluyen:

- El nombre del producto
- La Marca
- El Peso
- La variedad
- El productor
- El país de origen
- Ingredientes y,
- Número de registro sanitario

Dentro de la cadena logística la relevancia del empaque respalda la autenticidad, calidad y desde luego la comercialización del producto.

Para los perfumes el empaque que contendrá el producto serán cajas de cartón plegadizo, micro corrugado o corrugado; con una envoltura de papel celofán (esto dependerá de la casa diseñadora); sin embargo el papel celofán no es en sello de garantía de autenticidad del perfume.

Dicho papel celofán debe de ser delgado el mismo que certificará la originalidad del producto.

**Características del producto** Para la venta al público nuestro producto presentará las siguientes características:

- Presenta un envase de vidrio, de forma rectangular.

- Una tapa de plástico color gris, enroscada en el pico del envase de la fragancia.
- Presenta las siguientes medidas: 10cm de alto, con 6cm de ancho y de largo 2cm; con volumen de 100ml. de fragancia.
- Vidrio transparente, mostrando el verdadero color del producto, además presenta el nombre del perfume y su eslogan.
- El envase es percibido como un mensaje de masculinidad.

#### **4.8.8. Embalaje**

El embalaje es el acondicionamiento de la mercadería para proteger las características y la calidad de los productos que contiene, durante su manipuleo y transporte internacional.

El embalaje trata de proteger el producto o el conjunto de los mismos durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que dichos productos lleguen a manos del consignatario sin que se haya deteriorado o hayan sufrido merma desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

El embalaje facilita:

- Manipuleo de la carga
- Almacenamiento
- Unitarización
- Distribución
- Tarifas de fletes
- Primas de seguro

Adicional se recomienda tomar en consideración los siguientes puntos:

- Utilizar cajas de cartón doble libre de huecos o rasgaduras
- Colocar material de amortiguación con el fin de proteger la mercancía de vibraciones, sacudidas o posibles impactos. No olvidar que entre más frágil la

mercancía, más material de empaque debe protegerla. Se recomienda un mínimo de 3 a 5 cm. de material para amortiguar en el fondo, en la tapa y a los lados.

- Es muy importante sellar de forma correcta las cajas, se debe usar cinta de 6cm. de ancho como mínimo y tratar de cubrir todas las caras de la caja, especialmente la tapa y el fondo.

#### **Material para proteger la mercadería**

- Espuma y/o residuos de poliestireno expandido
- Burbuja con barrera de retención de aire
- Cacahuates de poliestireno
- Viruta sólida. “14

El embalaje a utilizarse serán cajas de cartón corrugado que agruparan 25 unidades de perfumes, selladas con cinta adhesiva en la tapa y fondo de las mismas para evitar que se rompa y la mercadería sufra daños.

### **4.9. Estudio Técnico**

#### **4.9.1. Tamaño y localización óptima del proyecto**

#### **4.9.2. Tamaño del proyecto**

“El tamaño de un proyecto constituye su capacidad instalada, la que se determina a través del análisis de varios factores tales como: la demanda, los suministros e insumos, la tecnología a utilizarse, el funcionamiento y la organización de los recursos de la institución, para lo cual se utiliza varios métodos como el de “Lange” y el método de Escalación”.

#### **4.9.3. Método de Lange**

“Este método se basa en una hipótesis real de que existe una relación funcional entre el monto de la inversión y la capacidad productiva del proyecto, lo cual permite considerar a la inversión inicial como medida directa de la capacidad de producción”.

#### **4.9.4. Método de Escalación**

“Este método nos ofrece una forma más detallada de determinar la capacidad óptima de producción considerando la capacidad de los equipos disponibles en el mercado, y abalizando las ventajas y desventajas de trabajar un cierto número de turnos de trabajo y horas extras.

En la actualidad no existe un método eficiente y seguro que determine el tamaño óptimo pues de todos los métodos propuestos tal vez el mejor sea considerar separadamente toda la serie de factores que pueden limitar el tamaño como el mercado, los recursos monetarios disponibles y la tecnología, e ir haciendo una serie de aproximaciones, como lo hace cualquier método hasta llegar a un tamaño que se supone óptimo.

A fin de dar la atención a los requerimientos del mercado en el presente estudio, se analizó que es necesario contar con un local que tenga aproximadamente 250 mts<sup>2</sup>, de los cuales el taller ocupará 68 mts<sup>2</sup> para una producción máxima de fabricación de 10640 perfumes anuales en 288 días de trabajo.

Es importante mencionar que si se trabajara más de los días indicados anteriormente su capacidad de producción puede ampliarse en un 10%, más de su capacidad inicial, no siendo así, por la restricción en las maquinarias.

#### **4.9.5. Localización óptima del proyecto**

“El estudio de la localización del proyecto contribuye a definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima permite obtener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo a lo mínimo posible los costos”.



Al igual que para la determinación del tamaño se definieron métodos que permiten o ayudan a determinarlo, en la localización encontramos, métodos que ayudan a determinar la ubicación óptima del proyecto, de estos enfocaremos brevemente el método cuantitativo de Vogel y el método cualitativo por puntos.

#### **4.9.6. Método de Vogel**

“Este método apunta al análisis de costos de transporte tanto de materias primas como de productos terminados. El problema de este método consiste en reducir al mínimo posible los costos de transporte destinados a satisfacer los requerimientos totales de demanda y abastecimiento de materiales”.

#### **4.9.7. Método Cualitativo por Puntos**

Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización, es decir es una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

“Este método es sencillo y rápido pero tiene la desventaja de que el peso asignado, como las calificaciones que se otorgan a cada factor depende de las preferencias del investigador”.

Para realizar la evaluación se debe tomar en cuenta varios factores, los geográficos, que se relacionan con las condiciones naturales que rigen las distintas zonas del país, como el clima, la contaminación, comunicaciones, carreteras, etc.

Factores institucionales relacionados con planes y estrategias de desarrollo y descentralización industrial, factores sociales relacionados a la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad (servicios sociales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados, escuelas, etc.). Los factores económicos se refieren a los costos de suministros e insumos en el lugar (mano de obra, materia prima, energía eléctrica, teléfono, agua, mercados, etc.).

El presente estudio propone que la empresa se encontrará localizada en el Cantón

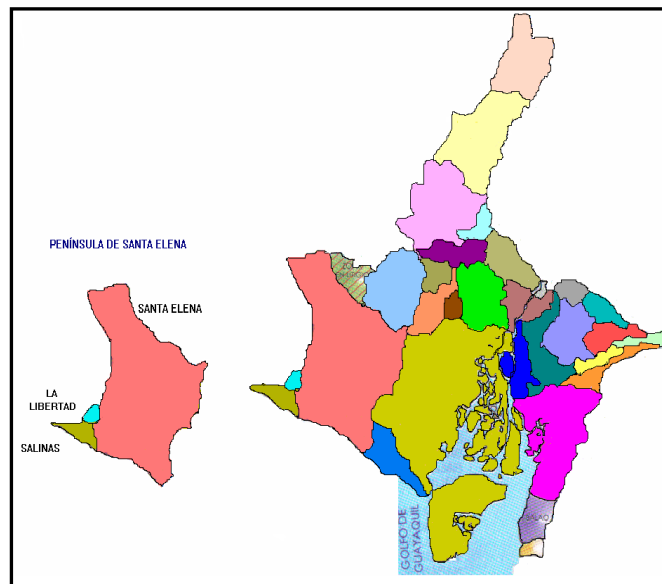
la Santa Elena en la comuna Manantial de Chanduy, en atención a los siguientes aspectos:

- Dispone de la infraestructura básica agua, luz, teléfono, acceso vial, facilidad de transporte y todo lo necesario para poner en marcha esta Unidad Productiva.
- Tiene facilidad de contacto con los principales centros distribuidores de materia prima.
- Ubicada en el sector más comercial de la península, lugar donde se establece la mayor demanda de este producto.

Para tener una idea más clara de la ubicación del proyecto realizaremos una macro-localización y un micro-localización.

#### **4.9.8. Macro Localización**

Que consiste en determinar la localización general a nivel de país o región, en el caso de la empresa, se encuentra ubicada en región Costa en la provincia de Santa Elena, abarcando principalmente los cantones de Santa Elena, La Libertad y Salinas.

**GRAFICO No. 16**

Google Map.

#### **4.9.9. Micro localización**

Al estudiar la localización del proyecto se puede concluir que hay más de una solución factible adecuada. Más todavía cuando el análisis se realiza a nivel de pre factibilidad, donde las variables relevantes son las calculadas en forma concluyente. La selección de la ubicación debe tener en cuenta su carácter definitivo o transitorio y optar por aquella que permita obtener el máximo rendimiento del proyecto.

En el caso de la Microempresa, estará ubicada en el cantón Santa Elena, sus instalaciones se encontrarán ubicadas en el barrio José Luis Tamayo y 9 de Octubre.

**Grafico No. 17****Micro localización****4.9.10. Tecnología de maquinarias y equipos**

Las maquinarias y equipos se han elegido en base a un análisis del proceso de producción del perfume a base de la pulpa del maracuyá, considerando los tiempos de fabricación, es decir, el rendimiento óptimo de las máquinas como la facilidad en el abastecimiento de repuestos y sobre todo analizando las cotizaciones más razonables que se han recibido.

**GRAFICO No.18**

#### **4.9.11. Factores relevantes que determinan la adquisición de equipos y maquinarias**

“Constituye una serie de factores que deben ser analizados al momento de decidir sobre la compra de equipos y maquinarias ya que afectan directamente en la elección. La mayoría de la información que es necesaria recabar será útil en la comparación de varios tipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores”. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos”. Tercera Edición. Colombia 1997. Pág. 97)

Los factores que deben tomarse en cuenta para recabar la información son:

- Proveedores
- Precios
- Dimensiones
- Capacidad
- Flexibilidad
- Mano de obra necesaria
- Costo de mantenimiento
- Costo de energía eléctrica
- Infraestructura necesaria
- Equipos auxiliares
- Costo de fletes
- Costo de instalación y puesta en marcha.

Para la realización del proyecto se requiere necesariamente de la adquisición de las siguientes maquinarias y equipos:

#### **SECCIÓN TALLER**

##### **Maquinarias:**

## MÁQUINAS YH-B

### GRAFICO No. 19



1. 300l/tiempo
2. 2. Ultra - baja temperatura refrigerador (importados)
3. 3. ss304 y material 316 4. Fuente de la fábrica.

## MÁQUINAS DE ENVASADO POR CONTRACCIÓN DEL CALOR

### GRAFICO No. 20



1. Concentración del calor
2. SS304 del **perfume** O soporte 5, capacidad de la configuración 4.GMP.
3. Standard: 300

## MEZCLADOR DE EMULSIÓN HOMOGÉNEO DEL VACÍO

GRAFICO No. 21



- 1 - perfumes filtro de hecho en estados unidos la congelación
- 2 - La unidades hecha en Francia

## MAQUINA HOMOGENEIZADOR Y DE LA DISPERSIÓN

GRAFICO No. 22



- 1- Es **para** el **perfume** mix y decisiones en la dispersión.
- 2 - filtra y categoriza las fuentes de los aromas
- 3 – importada desde los Estados Unidos

## EQUIPO DE TRATAMIENTOS DE AGUAS

### GRAFICO 23



1. todo eléctrico
2. importado de diafragma de la bomba
3. inoxidable tanque de congelación.
4. estados unidos diafragma de la bomba

## MÁQUINA DE RELLENAR

### GRAFICO No. 24



1. material: de acero inoxidable
2. titanio tubo de metal
3. el enfriador es importados
4. fuente de la fábrica



**EMPAQUETADORA.****GRAFICO No. 25**

1. abrigo de una capa de película sobre la caja perfume
2. hacer el embalaje de bastante más
3. añadir complementarias que el valor
4. servicio motor eléctrico

**MÁQUINA DE ETIQUETADO****GRAFICO No. 26**

1. Máquina puede hacer varias etiquetas
2. para manjares
3. para jugos
4. para muestras de perfumes

## **BANDA TRANSPORTADORA**

### **GRAFICO No. 27**



- 1.- transportadora de servicios varios.
- 2.- 3 usos de filtros

## **MÁQUINA DEL LACRE**

### **GRAFICO No. 28**



1. alta - la eficiencia de la combinación de reacción
2. adoptar de sólido a líquido de mezcla
3. caliente de la serie
4. de calefacción y de vacío están disponibles

**SECCIÓN ADMINISTRACIÓN**  
**Equipos y Muebles de Oficina**

**COMPUTADORA**  
**GRAFICO No.29**



**TRES LÍNEA TELEFÓNICA (FAX)**  
**GRAFICO No. 30**



**ESCRITORIOS EJECUTIVOS****GRAFICO No. 31****CINCO SILLAS GIRATORIAS****GRAFICO No. 32****SEIS SILLAS****GRAFICO No.33**

**UN ARCHIVADOR METÁLICO 4 GAVETA****GRAFICO No. 34****DOS VITRINAS****GRAFICO No. 35****Suministros**

- Hojas A4
- Lápiz, esferos
- Carpetas
- Grapadora
- Perforadora
- Otros

La computadora será útil para guardar información necesaria y oportuna que nos servirá para llevar una adecuada contabilidad, sistema de cobros, modelos y diseños, archivos, y base de datos de los clientes y proveedores dándole mayor

funcionalidad al sistema administrativo.

Muebles de Oficina son destinados para el personal administrativo, para un mejor desarrollo de sus funciones.

El equipo de comunicación y la línea telefónica son prioritarios para una buena información, debido a que se requiere del contacto permanente con los proveedores de materia prima, clientes, además mejora el diálogo del personal operativo y administrativo.

Para realizar estas adquisiciones se deben tomar en cuenta todos los factores relevantes que determinan la compra de equipos y maquinarias citados anteriormente, lo que va a permitir realizar una transacción que satisfaga las necesidades que tiene la organización.

#### **4.9.12. Proceso productivo**

“El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de los insumos, y se identifica con la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción”. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos. Tercera Edición. Colombia 1997. o. Cit.)

<b>Estado inicial</b> + <b>Proceso transformador</b> = <b>Producto final</b>
--

Para representar y analizar el proceso de la confección de los uniformes se utilizará el método de diagrama de flujo de operación o generación del servicio, a través de la simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas.

Este es el método más utilizado porque contiene detalles e información en su esquema, como se puede ver en la figuras.

#### **4.9.12.1. Descripción del proceso de producción**

En la confección de una prenda de vestir intervendrán varias personas, cada una de ellas realizará sus funciones de acuerdo a sus conocimientos y habilidades.

**1. Recepción y almacenamiento de materia prima.** En el almacén se reciben las materias primas, como son: alcohol etílico desnaturalizado, nonil fenol etoxilado, cloruro de benzolconio, perfume limón, amarillo tartracina, colorante azul directo, envases, tapas y cajas de cartón.

**2. Inspección de materia prima.** Por muestreo se les analiza y compara con las especificaciones establecidas.

**3. Transporte de las materias primas al almacén de tanques.** Las materias primas se trasladan mediante bombeo hasta el área de tanques.

**4. Mezcla de agua y alcohol.** Una vez llegada la cantidad necesaria de alcohol etílico desnaturalizado al tanque número 1, mediante la dosificación, se mezcla con agua. Las proporciones de cada insumo se detallan en el punto de relación insumo-producto. La mezcla se realiza en frío y mediante agitación hasta obtener una sustancia homogénea.

**5. Mezcla del perfume.** Una vez llegada la cantidad necesaria de nonil fenol etoxilado, cloruro de benzolconio y perfume limón al tanque número 2, mediante dosificación se mezcla en frío y por medio de agitación hasta obtener una sustancia homogénea.

**6. Transporte al tanque número 1.** Una vez hecha la mezcla anterior, se transporta mediante bombeo al tanque número 1.

**7. Mezclado de colorantes.** En este tanque se disuelven los colorantes (amarillo tartracina y azul directo) con el de agua restante. La mezcla se realiza por medio de agitación hasta obtener una composición homogénea.

**8. Transporte al tanque número 1.** La mezcla obtenida se transporta mediante bombeo al tanque número 1.

**9. Mezcla de las substancias.** Cuando se han mezclado las substancias, se bombea el contenido del tanque 2 al N° 1, lentamente y con agitación en el tanque receptor. Se realiza la misma operación con el contenido del tanque número 3 y se continúa el agitado o mezclado durante 5 minutos, al cabo de los cuales cesa el agitado y el limpiador está listo para envasarse.

**10. Envasado.** Mediante bombeo se llenan los envases, previa filtración del limpiador, a temperatura ambiente, cuidando no derramar el producto. Los envases utilizados son de plástico y deben estar completamente limpios y etiquetados o marcados sobre el mismo envase.

Después se cierran automáticamente por medio de un dispositivo de pistón integrado en la máquina, o bien manualmente por medio de un golpe.

**11. Inspección final.** Se toma una muestra del producto terminado para su análisis y para verificar que tenga la calidad y características programadas. Entre las características que se verifican están: pH, gravedad específica, contenido de no volátiles, alcalinidad, apariencia, color y olor.

**12. Empaque.** Esta actividad consiste en introducir las botellas con el producto en cajas de cartón, las cuales se cierran con cinta adhesiva.

**13. Transporte al almacén.** Los envases llenos, perfectamente cerrados, se trasladan en cajas de cartón, mediante una plataforma con ruedas hasta el almacén.

**14. Almacenamiento.** El producto terminado se almacena quedando listo para su distribución.



#### **4.9.13. Uso de diagrama de flujo para la empresa**

Entre las herramientas que los técnicos en organización o los especialistas en métodos emplean para el estudio o mejora de métodos, se encuentra la utilización de diagramas. Debido al uso que se ha hecho de ellos a lo largo del tiempo, se ha normalizado su empleo, estos diagramas pueden ser aplicados a cualquier clase de trabajo. Incluso a trabajos administrativos.

Los diagramas que se emplean reciben el nombre de: “Proceso de Operación”, “Proceso de recorrido” y “Actividades simultáneas”, en todos ellos se hacen uso de simbologías que representan las operaciones a realizarse.

#### **4.9.14. Disponibilidad de la materia prima para el proceso de fabricación**

Para la fabricación de los perfumes a base de la pulpa del maracuyá, la empresa compra las frutas y materiales al momento de realizar la orden, es decir, comienza a trabajar con materiales recién comprados, esto es en caso de pedidos grandes y en la fabricación de unidades se contará con un pequeño stock de materiales y frutas utilizadas con mayor frecuencia para la fabricación de los perfumes.

No se puede contar con grandes existencias de frutas y materiales, debido a que cada vez salen al mercado nuevos productos que captan la preferencia de los clientes, por tal razón se contará con muestras de distintos perfumes, con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente.

#### **4.9.15. Estudio organizacional**

##### **4.9.15.1. Organización administrativa**

CONTADOR- SECRETARIA

- Título de contador público autorizado.
- Manejo de programas contables computarizados.

- Conocimientos de secretariado.
- Experiencia laboral mínimo dos años.

#### JEFE DE COMERCIALIZACIÓN

- Conocimientos generales en marketing.
- Tener fluidez lingüística para ofrecer el producto.
- Haber realizados curso de ventas.
- Experiencia mínima en ventas 2 años

#### OPERARIOS

- Título de bachiller.
- Conocimientos en el manejo de máquinas industriales.
- Haber realizados curso.
- Experiencia mínima 2 años.

### **4.10. Estrategias y cursos de acción**

#### **4.10.1. Estrategia de crecimiento**

El objetivo de esta estrategia se la define como parte fundamental para el desarrollo de la institución, puesto que permitirá delinear las estrategias adecuadas para poder lograr el posicionamiento dentro de la Península de Santa Elena, de tal forma contar con un horizonte claro hacia donde se desea llegar.

#### **Logra posicionarse en la Península de Santa Elena**

- Brindar un producto de calidad a un costo bajo en referencia a la competencia
- Abordar al cliente en el menor tiempo posible
- Cumplir con los valores y principios que mantiene la institución

#### **4.10.2. Estrategia de rentabilidad**

Lo que se busca es integrar a empresas que cuenten con productos o servicios relacionados al negocio de tal forma poder brindar facilidad a cada uno de los habitantes de la comuna para el desarrollo económico-social.

##### **Realizar alianzas estratégicas con los diferentes Cantones de la provincia**

- Gobiernos autónomos descentralizados
- Disminuir gastos
- Disminuir riesgos

##### **Conseguir créditos habitantes de la comuna**

- Brindarle facilidad de pago
- Tasa de interés baja
- Incentivar a los habitantes a la cosecha del maracuyá

#### **4.10.3. Estrategia de mejoramiento**

Uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo permanente de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá es el mejoramiento continuo, en este caso la clave principal es la capacitación, puesto que no solo está destinado a fortalecer la calidad de atención al cliente sino también a mejorar la capacidad gerencial, técnica, administrativa y operativa de todos los integrantes de la institución, de tal forma poder ofrecer un producto de calidad a cada uno de los usuarios que optarían por el producto que ofrece la institución.

##### **Capacitación constante para todos los trabajadores de la empresa**

- Definir el tema de capacitación
- Establecer contacto con el facilitador de la capacitación
- Determinar el cronograma de capacitación

### **Calidad de atención al cliente**

- Demostrar a los clientes que ellos son lo más importante para la empresa
- Escuchar la ideas o sugerencias de los clientes
- Establecer vías de comunicación como redes sociales y venta por internet

#### **4.10.4. Estrategia de posicionamiento**

En este caso lo que busca la empresa industrializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá es posesionarse en la mente de los consumidores a través de la publicidad realizada a nivel local, de igual forma brindar toda la información respecto al producto en la página web.

### **Creación de la página Web para la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá**

- Mediante la página Web los clientes tendrán la posibilidad de conocer el tipo de producto, precios, de igual forma se atenderán inquietudes, reclamos y sugerencias por parte de cada uno de los usuarios
- Se establecerá la línea de atención al público mediante el correo electrónico [passionfruit@hotmail.com](mailto:passionfruit@hotmail.com)
- Se ganara mercado al estar acorde con los cambio tecnológicos

### **Fomentar el mercadeo directo dela empresa de perfumes**

- Hacer llegar trípticos a las distintas instituciones del Cantón La Libertad, Santa Elena y Salinas
- Mantener actualizada la página Web
- Contar con artículos varios como: llaveros, bolígrafos, adhesivos, calendarios de tal forma poder facilitarle al cliente pos su fidelidad

#### **4.11. Políticas**

Tiene por objetivo normar cada una de las acciones a realizarse dentro de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, son de vital importancia puesto que se convierten en la guía que debe tener cada integrante al desempeñar cada una de sus funciones, es así que se puede indicar que son las directrices para la toma de decisiones, puesto que reflejan la personalidad de la institución dentro del área donde ofrece sus productos a la comunidad.

##### **4.11.1. Políticas Institucionales**

- La empresa procurará mantener vendedores profesionales capaces de brindar confianza y seguridad a los clientes
- Los integrantes deberán cumplir con las normas y reglamentos institucionales
- Otorgar de manera eficiente datos que los organismos de control soliciten
- Los empleados sean estos operativos o de administración deberán laborar con su respectiva identificación
- Contribuir con el desarrollo manteniendo la ética profesional en cada una de las actividades

##### **4.11.2. Políticas de servicio y atención al cliente**

- Evaluar la satisfacción del cliente y la efectividad del producto cada 6 meses
- La forma de pago por el producto será de contado y tendrán un descuento de 5, 10 hasta el 15%
- La forma de pago por el producto será a crédito y tendrá un adicional del 5 o 10% según el tiempo
- El producto se dará con absoluta calidad, eficiencia, eficacia

#### **4.11.3. Políticas de mercado y publicidad**

- Realizar sondeos de acuerdo a la demanda que se tenga por producto
- Medir la satisfacción del cliente
- Recibir quejas y sugerencias
- Se colocara publicidad en toda la provincia, volantes e internet

#### **4.11.4. Políticas de recursos humanos**

##### **Personal**

- Se establecerá requisitos para la contratación de los empleados
- El sueldo que se cancelara a los empleados será de acuerdo al mercado
- Los empleados serán asegurados al seguro social, y recibirán los beneficios de ley
- El horario de trabajo será de 8 horas diarias de lunes a viernes con turnos rotativos
- Se mantendrán reuniones con todos los integrantes a fin de motivar e incentivar la integración así como conocer los problemas que puedan existir con la atención al cliente
- Se brindara capacitación semestral

#### **4.12. Programas**

##### **4.12.1. Mejorar el nivel de vida de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy en la provincia de santa Elena**

El programa está orientado a la búsqueda de un mejor nivel de vida para todos los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy del cantón Santa Elena, es así que mediante la culminación de la creación de la empresa de perfumes se puede brindar una mejor imagen ante cada las personas que optan por utilizar los productos que va a ofrecer la institución.

Por otra parte el facilitar créditos a los habitantes de la comuna para la compra de semillas, para que ellos se conviertan en los productores de nuestra materia prima como es la pulpa del maracuyá es una alternativa viable para el desarrollo de sus habitantes ya que permite mantener en excelentes condiciones cada una de los habitantes, de tal forma que el cliente reciba un producto de calidad, y así poder incrementar el nivel de vida de los habitantes de la comuna y de la provincia.

### **Procedimiento para la creación de la empresa:**

Convocatoria a todos los habitantes de la comuna

Informar de las necesidades prioritarias de la institución

Presentarle el proyecto

Verificar la autogestión interna y externa para la obtención del recurso económico

Analizar las alternativas de los constructores

Ejecución de la obra

Entrega y recepción de la obra

### **Procedimiento para la entrega de créditos a los habitantes**

Realizar la solicitud del crédito

Recolección de la proforma del repuesto

Verificación de la proforma del repuesto

Darle a conocer la forma de pago e interés

Autorización para emitir el cheque

Recepción del crédito

### **Beneficio:**

Impulsar el desarrollo de la institución

Espacio adecuado para desarrollar las actividades dentro de la institución.

Incentivar a los socios a mantener las unidades en perfecto estado.

Prestar un servicio eficiente a la comunidad Peninsular.

#### **4.12.2. Imagen y posicionamiento**

Uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo permanente y continuo de la calidad, es mejorar el producto o la variación del mismo, dentro del cual está la imagen y posicionamiento dentro del mercado donde desarrolla sus actividades, este programa permitirá contar con el personal capacitado los mismos que estarán prestos a brindar un servicio eficiente ofreciendo nuestro producto.

#### **Procedimiento para el Plan de Marketing:**

Dar a conocer a los clientes sobre las características del producto que ofrece la institución

Realizar el análisis técnico

Verificar la demanda del producto

Realizar publicidad directa

Distribuir adecuadamente el material publicitario

#### **Procedimiento para la capacitación:**

Las capacitaciones serán semestrales

Determinar el tema a tratarse

Selección de facilitadores

Firma de contrato con el facilitador

Adecuar el lugar de capacitación

Reunir material didáctico

Solicitar servicio de buffet

Realizar convocatoria a los habitantes, trabajadores

Desarrollo de las temáticas a tratarse

Evaluación



Entrega de certificados a participantes

### **Contenido del programa de capacitación:**

#### **1. Calidad del producto y atención al cliente**

Concepto de calidad

¿Qué es la calidad del producto?

La atención al cliente como característica de calidad

El equipo y la atención al cliente

Beneficios para el personal de una adecuada atención al cliente

#### **2. Comunicación y atención al cliente**

El proceso de comunicación

Habilidades básicas de comunicación: La escucha activa y la retroalimentación

Diagnóstico de la capacidad de escucha

Barreras a la comunicación

Comunicación no verbal

#### **3. Proceso de atención al cliente**

Personalizar el contacto

La atención al cliente como proceso

Aplicación del proceso a los distintos tipos de contacto con el cliente

Características de los errores de la atención al cliente

#### **4. Resolución de una situación conflictiva**

Dinámica de la situación conflictiva

Como responder ante una situación conflictiva

Aplicación de una respuesta asertiva a las situaciones conflictivas

Ejerciendo el auto control

Qua hacer si la situación se desborda

**Beneficios:**

Llevar a cabo una comunicación eficaz y eficiente con el cliente

Desarrollar las competencias que permitan aplicar un proceso de satisfacción al cliente

Mejorar la calidad y atención al cliente.

**Actualizar tecnología**

Mediante este programa se plantea implementar la creación de la página web para la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, ya que permitiría mantener actualizada la información puesto que actualmente todo se maneja mediante el uso de la red.

De igual forma se requiere de la compra de 6 equipos de computación para llevar un mejor control de los ingresos de las diferentes cosas de la empresa

**Procedimiento para la creación de la página web**

Selección del personal para que proceda con la creación de la página web

Facilitarle la información necesaria que se requiera presentar a los clientes

Culminación de la creación de la página web

Cancelar honorarios profesionales

**Beneficios**

La página web le da más personalidad, seriedad y profesionalismo a la empresa

Es la forma más económica de exponer el servicio

Refuerza y actualiza la imagen corporativa

Promueve la comunicación entre clientes

Expansión del mercado

Captación y fidelidad de los clientes

**Procedimiento para la implementación de equipos de computación**

Presentación de proformas al responsable de informática

Escoger la mejor opción de acuerdo a las características

Autorizar la compra del equipo de computación

Instalación del equipo de computación

**Beneficios**

Contar con el equipo de computación adecuado

Mantener una cartera de clientes actualizado.

**4.13. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO****4.13.1. Estudio económico**

La determinación de un monto total de inversión sobre una idea de negocio, se ve reflejada en un estudio económico-financiero, por lo cual es muy importante que se realice dicho estudio de manera efectiva, logrando finalmente el objetivo requerido.

Este estudio permite a la empresa “MEJILLONES S.A.” determinar aquellos factores que serán efectos de ingresos y gastos, a través de las respectivas estimaciones o presupuestos, además permite identificar aquel capital que será necesario para cubrir los gastos de operación y aquel monto que servirá para la compra de cada uno de los activos fijos que se requiere para iniciar la actividad productiva.

Con este detalle cuantitativo la empresa “MEJILLONES S.A.” procesadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, conocerá la viabilidad del negocio, si esta es rentable o no en el transcurso del tiempo. Otro de los objetivos de la elaboración de estimaciones, es medir posibles ingresos, que quedarán líquidos después del pago de todos los egresos o costos fijos y variables, dichos resultados

se conocerán mediante la interpretación de los indicadores financieros, que permitirán obtener ideas más claras sobre la organización.

Es necesario recalcar que este estudio también se hace énfasis a las fuentes de financiamiento, de las que se necesita para cubrir con el dinero requerido en capital de trabajo, gastos de constitución, administrativos y de ventas durante el primer año de operación. Finalmente en las estimaciones se muestra el pago pertinente de intereses que devenga el préstamo bancario.

#### **4.14. Balance Inicial.**

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

La empresa “MEJILLONES S.A.” tiene como activos corrientes el total de \$129.803,40 lo que corresponde al dinero necesario para comprar los materiales necesarios para iniciar la actividad.

Dentro de este balance de situación inicial también se reflejan los activos fijos totales de \$ 437.136,00 un patrimonio es de \$129.803,40 y el préstamo bancario de 437.136,00 lo cual corresponde al total de pasivos. Siendo el total de activos de \$566.939,40.

TABLA No.18

**BALANCE INICIAL**

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
CAJA	129.803,40	PRESTAMO BANCARIO	437.136,00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>129.803,40</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>437.136,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
VEHICULO	30.000,00	CAPITAL	129.803,40
MAQUINARIAS	347.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>129.803,40</b>
EQUIPOS DE COMPUTACION	4.500,00		
EQUIPO DE OFICINA	3.900,00		
MUEBLES DE OFICINA	1.736,00		
TERRENOS	10.000,00		
INFRAESTRUCTURA	40.000,00		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>437.136,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>566.939,40</b>	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>566.939,40</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.15. Determinación de costos

Para la determinación del precio es necesario conocer el costo total unitario, para lo cual se identifican tanto la materia prima directa, mano de obra directa y los respectivos costos indirectos de fabricación. De esta manera se podrá estimar la contribución marginal que permitirá determinar la cantidad porcentual de la utilidad por unidad vendida y por ende de la empresa al considerar ya los costos fijos y variables.

Para dicho efecto se requiere conocer los costos que incurrirán en la producción. En la empresa procesadora de perfumes a base de maracuyá se requerirá de los siguientes costos unitarios: 20 gramos de pulpa de maracuyá a un costo de \$0.15, alcohol etílico con un costo de \$6.50, agua estilada a \$0.96, con un costo unitario de \$0.13, fijador a \$0.62, esencia con un costo de \$1.24. El costo de mano de obra directa es de \$0.23, considerando a 8 operarios.

Dentro de los costos indirectos de fabricación se ha considerado la materia prima indirecta a un costo unitario de \$2.03, la depreciación de los activos fijos que se encuentran directamente relacionados con la producción que tiene un costo unitario de \$0.03, los servicios básicos a \$0.0017, mantenimiento de maquinaria a un costo de \$0.05, la mano de obra indirecta, en los que intervienen los sueldos del jefe de producción, chofer, cargadores, entre otros, tiene un costo unitario de \$0.75, de igual manera dentro de estos costos se ha tomado en cuenta los costos de envase que es de \$7.38.

Con la determinación de costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación se establece un costo total unitario de \$17.20, lo que costará producir una unidad de perfume de 80 ml.

**Tabla # 19**

**Costos de producción para el perfume a base de maracuyá**

<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>		
<b>PROCESO DE PRODUCCION</b>		120
<b>COSTOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>		
20 gramos de pulpa de maracuyá	0,15	18,00
Alcohol etílico	6,50	780,00
Agua destilada	0,96	115,20
Cumarina	0,13	15,60
Fijador	0,62	74,05
Esencia	1,24	148,44
<b>TOTAL COSTO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>9,59</b>	<b>1.151,29</b>
<b>MANO DE OBRA</b>		
OBREROS	0,23	27,21
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>0,23</b>	<b>27,21</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		
MATERIA PRIMA INDIRECTA	2,03	243,00
DEPRECIACIÓN	0,03	3,37
SERVICIOS BASICOS	0,0017	0,20
MANTENIMIENTO DE MAQ	0,05	6,52
MANO DE OBRA INDIRECTA	0,75	90,43
ENVASE	4,52	542,00
<b>TOTAL COSTOS INDIR. DE FABRIC.</b>	<b>7,38</b>	<b>885,52</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>17,20</b>	<b>2.064,02</b>

Elaborado por: el autor.

#### 4.15.1. Tipo de costos

Para dar un mejor enfoque a la determinación de los costos, es fundamental clasificarlos en dos grandes grupos, siendo estos: Costos fijos Y costos variables.

#### 4.15.2. Costos fijos

Los costos fijos unitarios que recaerá en la producción de perfumes a base de maracuyá, encontramos: la mano de obra directa a un costo de \$0.23, los respectivos servicios básicos a \$0.0017, el mantenimiento de maquinaria con un costo unitario de \$0.05, el pago de sueldos del jefe de producción a un costo de \$0.75 y la depreciación que corresponden a las maquinarias con un costo de \$0.0. Considerando todos estos costos, se obtiene un costo fijo total unitario de \$1.05.

**Tabla # 20**

<b>COSTOS FIJOS</b>			
<b>COSTOS</b>	<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MANO DE OBRA	120	0,23	27,21
SERVICIOS BÁSICOS	120	0,00	0,20
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	120	0,05	6,52
JEFE DE PLANTA	120	0,75	90,43
DEPRECIACION	120	0,03	542,00
<b>TOTAL</b>		<b>1,06</b>	<b>666,36</b>

**Elaborado por: el autor Sr. Andrés Mejillones**

#### 4.15.3. Costos variables

Dentro de los costos variables para la producción de un perfume de 80 ml se encuentran: 20 gramos de pulpa de maracuyá con un costo de \$0.15, alcohol etílico con un costo de \$6.50, agua estilada a \$0.96, cumarina con un costo unitario de \$0.13, fijador a \$0.62, esencia con un costo de \$1.24, en estos costos también se incluye a la materia prima indirecta y al envase con un costo de \$2.03 y \$4.52 respectivamente. Con todos estos costos se obtiene un costo variable total unitario de \$16.14, lo cual indica que estos costos son mayores que los costos fijos.

Tabla # 21

## COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES			
COSTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
20 gramos de pulpa de maracuyá	120	0,15	18,00
Alcohol etílico	120	6,50	780,00
Agua destilada	120	0,96	115,20
Cumarina	120	0,13	15,60
Fijador	120	0,62	74,05
Esencia	120	1,24	148,44
Envase	120	4,52	542,00
Materia prima indirecta	120	2,03	243
<b>TOTAL</b>		<b>16,14</b>	<b>1.936,29</b>

Elaborado por: el autor Sr. Andrés Mejillones

La siguiente tabla muestran los costos variables de la planta procesadora de perfume.

#### 4.16. Inversiones del proyecto

Determinar los montos correspondientes a activos fijos y capital de trabajo o fondo de maniobra, permite conocer el monto total que se necesitará para la ejecución de un proyecto, y por ende determinar el valor que será financiado por una empresa crediticia durante un tiempo determinado.

La inversión total de la empresa es de \$514.213,59 (quinientos catorce mil seiscientos trece dólares americanos con cincuenta y nueve centavos), en cuyo total, la mayor parte corresponde a la inversión en activos fijos tales como: Infraestructura con un total de \$40.000, total en vehículo de \$30.000, equipos de oficina con un total de \$3.900, equipos de computación a \$4.500, maquinarias a \$347.000, muebles de oficina a \$1736,00 y el terreno a un precio de \$5.000.

Dando un total global de activos fijos de \$432.136 (cuatrocientos treinta y dos mil ciento treinta y seis dólares americanos), asimismo se toma en consideración un capital de trabajo o fondo de maniobra de \$82.078.00 (ochenta y dos mil



sesenta y ocho dólares americanos con cero centavos), dicho valor se requerirá para adquirir aquellos insumos o materias primas para llevar a cabo el proceso de producción de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.

La inversión total en activos fijos de la empresa Mejillones S.A. se muestra en la tabla siguiente, con su clasificación correspondiente, y con los valores antes mencionados:

TABLA No. 22

### CÉDULA DE INVERSIÓN TOTAL

<b>INVERSION TOTAL</b>	
INVERSION ACTIVOS FIJOS	432.136
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	82.078
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>514.213,59</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
BANCO	385.660
CAPITAL SOCIAL	128.553
<b>TOTAL</b>	<b>514.213,59</b>

#### 4.17. Flujo de efectivo

El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

La empresa procesadora y comercializadora de perfume a base de la pulpa del maracuyá, dentro de sus flujos de efectivo anuales presenta los siguientes resultados, tomando en consideración 10 años de vida de la empresa.

En el primer año obtiene unos ingresos totales de \$902.292,21, unos egresos o salidas de efectivo de \$580.486,71, lo cual muestra una utilidad en el primer año de \$321.805,50, considerando a la vez un monto inicial que corresponde al capital de trabajo y aportación de capital con un total de \$128.553,40, lo cual da como saldo final en el primer periodo de \$450.358,90. En el segundo año los ingresos aumentan con un total de \$967.842,38 egresos totales de \$737.765,44, lo cual da un sobrante de efectivo de \$230.076,94 más el saldo final del año anterior, da un efectivo neto de \$680.435,84, dicho resultado es superior al año anterior.

En el tercer año se obtienen ingresos en ventas de \$1.220.518,38, egresos totales de \$823.675,44, dando un total de efectivo en ese año de \$396.842,93, considerando el saldo final del año anterior que fue de \$1.077.278,77. Tomando en cuenta estos resultados, se puede determinar que la empresa procesadora de perfumes a base de maracuyá es viable, debido a los grandes ingresos que muestra en cada año, considerando que en el tercer año y en el quinto existen salidas de efectivo más representativas de acuerdo a las reinversiones que se deben realizar en activos fijos.

En el último año se obtienen ingresos totales de \$3.666.622,00 con unos egresos totales de 1.966.918.95, obteniendo como total de efectivo de \$1.669.703,05, considerando el saldo final del año anterior que fue de \$6.072.722,72.

A continuación se muestra el cuadro de ingresos y gastos detallados en los estados de flujos de efectivo de los 10 años de vida de la empresa procesadora y comercializadora de perfume:

Tabla No. 23  
FLUJO DE EFECTIVO

CÉDULA DE FLUJOS DE EFECTIVO

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESOS</b>										
VENTAS - CTAS X COB+CTASX COB A.ANT.	902.292,21	967.842,38	1.220.518,05	1.428.203,84	1.671.229,86	1.955.609,68	2.288.380,13	2.677.775,47	3.133.431,10	3.666.622,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>902.292,21</b>	<b>967.842,38</b>	<b>1.220.518,05</b>	<b>1.428.203,84</b>	<b>1.671.229,86</b>	<b>1.955.609,68</b>	<b>2.288.380,13</b>	<b>2.677.775,47</b>	<b>3.133.431,10</b>	<b>3.666.622,00</b>
<b>EGRESOS</b>										
PAGO A PROVEEDORES (COMPRAS-CTAS POR PAGAR+CTAS X PAG A.ANT.	197.340,00	232.857,01	271.025,63	317.143,90	371.109,74	434.258,51	508.152,81	594.621,10	695.803,02	814.202,25
MANO DE OBRA	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98
CIF	190.012,49	202.948,20	216.585,03	230.960,97	246.116,09	262.092,62	278.935,08	296.690,40	315.408,05	335.140,20
PAGO DE GASTOS ADM	29.065,51	30.949,87	32.730,94	34.713,96	36.804,46	39.008,27	41.331,52	43.780,70	46.362,62	49.084,48
PAGO DE GASTOS VTAS	32.139,60	33.881,57	35.717,95	37.653,86	39.694,70	41.846,15	44.114,21	46.505,20	49.025,79	51.682,98
PAGO DE GASTOS FINANCIEROS	52.504,52	47.254,07	42.003,62	36.753,17	31.502,71	26.252,26	21.001,81	15.751,36	10.500,90	5.250,45
PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCION	1.390,00									
PAGO DE PRESTAMO BANC.	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60	43.213,60
PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA		62.115,15	79.393,08	103.073,57	131.334,36	164.632,38	203.846,22	250.005,11	304.314,66	368.186,91
PAGO DE PARTICIPAC TRABAJ		49.824,99	63.684,29	82.679,34	105.348,42	132.058,06	163.513,01	200.538,86	244.102,67	295.337,09
NUEVA COMPRA DE EQUIPOS DE COMP			4.500,00			4.500,00			4.500,00	
NUEVA COMPRA DE EQUIPOS DE OFICINA					3.900,00					
NUEVA COMPRA DE MAQUINARIA					347.000,00					
NUEVA COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA					1.736,00					
NUEVA COMPRA DE VEHICULO					30.000,00					
REMODELACIONES EN INFRAESTRUCTURA								20.000,00		
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>580.486,71</b>	<b>737.765,44</b>	<b>823.675,12</b>	<b>921.013,35</b>	<b>1.422.581,06</b>	<b>1.182.682,84</b>	<b>1.338.929,25</b>	<b>1.545.927,32</b>	<b>1.748.052,30</b>	<b>1.996.918,95</b>
SOBRANTE O FALTANTE	321.805,50	230.076,94	396.842,93	507.190,49	248.648,80	772.926,83	949.450,88	1.131.848,15	1.385.378,80	1.669.703,05
SALDO INICIAL	128.553,40	450.358,90	680.435,84	1.077.278,77	1.584.469,26	1.833.118,05	2.606.044,89	3.555.495,77	4.687.343,92	6.072.722,72
<b>SALDO FINAL</b>	<b>450.358,90</b>	<b>680.435,84</b>	<b>1.077.278,77</b>	<b>1.584.469,26</b>	<b>1.833.118,05</b>	<b>2.606.044,89</b>	<b>3.555.495,77</b>	<b>4.687.343,92</b>	<b>6.072.722,72</b>	<b>7.742.425,77</b>

Elaborado por: el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.18. Depreciaciones

El desgaste físico de cada uno de los activos fijos ya sean para la parte operativa como administrativa constituye un gasto para la empresa, a este desgaste también se lo denomina depreciación. Para la obtención de dicho valor se debe tomar en cuenta un valor residual y años de vida útil del activo estipulados por la ley.

Para la determinación de cada una de las depreciaciones se ha considerado un valor residual del 10%. La depreciación mensual que corresponde a la parte operativa es de \$4.054,48. Dicho total se estima de acuerdo a la depreciación en gran medida de cada una de las maquinarias necesarias para la producción, por cual este monto es significativo.

Asimismo se presenta la depreciación que pertenece a la parte administrativas y de ventas que es de \$321.35 mensual. Obteniendo una depreciación total anual de \$52.510. (VER TABLA No. 33)

TABLA No. 24  
VIDA UTIL

Grupos	Vida útil meses
Equipos de computación	36
Infraestructura	300
Vehículos	60
Muebles de oficina	60
Maquinarias	120
Equipos de oficina	60

TABLA No. 25  
DEPRECIACIONES

ACTIVOS FIJOS						DEPRECIACIONES			
CANT.	Grupo	Adquisición	Descripción	Costo original	COSTO TOTAL	Depreciación mensual	Meses de vida	Depreciación acumulada	Valor en libros
1	Infraestructura	06/nov/2011	Construcción de infraestructura	40.000,00	40.000,00	\$ 133,33	14,70	1960,00	38.040,00
	<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA</b>				<b>40.000,00</b>				
1	Vehiculos	06/nov/2011	Camion M.BENZ MODELO 1720	30.000,00	30.000,00	\$ 500,00	14,70	7350,00	22.650,00
	<b>TOTAL VEHICULO</b>				<b>30.000,00</b>				
1	Terreno	06/nov/2011	2000 metros	5.000,00	5.000,00				
	<b>TOTAL TERRENO</b>				<b>5.000,00</b>				
1	Equipos de oficina	06/ago/2010	Proyector	1.250,00	1.250,00	\$ 20,83	29,70	618,75	631,25
5	Equipos de oficina	06/nov/2011	Sumadoras	70,00	350,00	\$ 1,17	14,70	17,15	52,85
	Equipos de oficina	06/ago/2010	Sumadoras	70,00	-	\$ 1,17	29,70	34,65	35,35
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Sumadoras	70,00	-	\$ 1,17	14,70	17,15	52,85
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Sumadoras	70,00	-	\$ 1,17	14,70	17,15	52,85
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Sumadora	70,00	-	\$ 1,17	14,70	17,15	52,85
7	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	350,00	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Teléfono Panasonic	50,00	-	\$ 0,83	14,70	12,25	37,75
2	Equipos de oficina	06/nov/2011	Fax Digital	75,00	150,00	\$ 1,25	14,70	18,38	56,63
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Fax Digital	75,00	-	\$ 1,25	14,70	18,38	56,63
3	Equipos de oficina	06/nov/2011	Acondicionador de aire GoldStar	600,00	1.800,00	\$ 10,00	14,70	147,00	453,00
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Acondicionador de aire GoldStar	600,00	-	\$ 10,00	14,70	147,00	453,00
	Equipos de oficina	06/nov/2011	Acondicionador de aire GoldStar	600,00	-	\$ 10,00	14,70	147,00	453,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>3.900,00</b>				
5	Equipos de computación	06/nov/2011	Computador Compaq Deskpro EP	750,00	3.750,00	\$ 20,83	14,70	306,25	443,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Computador Compaq Deskpro EP	750,00	-	\$ 20,83	14,70	306,25	443,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Computador Compaq Deskpro EP	750,00	-	\$ 20,83	14,70	306,25	443,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Computador Compaq Deskpro EP	750,00	-	\$ 20,83	14,70	306,25	443,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Computador Compaq Deskpro EP	750,00	-	\$ 20,83	14,70	306,25	443,75
5	Equipos de computación	06/nov/2011	Impresora Epson LX 1170	150,00	750,00	\$ 4,17	14,70	61,25	88,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Impresora Epson TX 410	150,00	-	\$ 4,17	14,70	61,25	88,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Impresora Epson TX 410	150,00	-	\$ 4,17	14,70	61,25	88,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Impresora Epson TX 410	150,00	-	\$ 4,17	14,70	61,25	88,75
	Equipos de computación	06/nov/2011	Impresora Epson TX 410	150,00	-	\$ 4,17	14,70	61,25	88,75
	<b>TOTAL EQUIPOS DE COMP.</b>				<b>4.500,00</b>				

Elaborado: por el autor Sr. Andrés Mejillones

TABLA No. 26  
DEPRECIACIONES

1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina YH-B	30.000,00	2.000,00	\$ 250,00	14,70	3675,00	26.325,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina del envasado por contracción del calor	20.000,00	1.000,00	\$ 166,67	14,70	2450,00	17.550,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Mezclador de emulsión homogéneo del vacío	35.000,00	35.000,00	\$ 291,67	14,70	4287,50	30.712,50
1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina del homogeneizador y de la dispersión	40.000,00	40.000,00	\$ 333,33	14,70	4900,00	35.100,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Equipo del tratamiento de aguas	28.000,00	28.000,00	\$ 233,33	14,70	3430,00	24.570,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina de rellenar	48.000,00	48.000,00	\$ 400,00	14,70	5880,00	42.120,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Empaquetadora	50.000,00	50.000,00	\$ 416,67	14,70	6125,00	43.875,00
1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina de etiquetado	49.000,00	49.000,00	\$ 408,33	14,70	6002,50	42.997,50
1	Maquinarias	06/nov/2011	Banda transportadora	43.000,00	43.000,00	\$ 358,33	14,70	5267,50	37.732,50
1	Maquinarias	06/nov/2011	Máquina del lacre	80.000,00	51.000,00	\$ 666,67	14,70	9800,00	70.200,00
<b>TOTAL MAQUINARIAS</b>					<b>347.000,00</b>				
4	Muebles de oficina	06/nov/2011	Escritorio Ejecutivo	150,00	600,00	\$ 2,50	14,70	36,75	113,25
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Escritorio Ejecutivo	150,00	-	\$ 2,50	14,70	36,75	113,25
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Escritorio Ejecutivo	150,00	-	\$ 2,50	14,70	36,75	113,25
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Escritorio Ejecutivo	150,00	-	\$ 2,50	14,70	36,75	113,25
1	Muebles de oficina	06/nov/2011	Escritorio (secretaría)	135,00	135,00	\$ 2,25	14,70	33,08	101,93
6	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	390,00	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Archivador metálico 4 cajones	65,00	-	\$ 1,08	14,70	15,93	49,08
4	Muebles de oficina	06/nov/2011	Mesa plástica	30,00	120,00	\$ 0,50	14,70	7,35	22,65
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Mesa plástica	30,00	-	\$ 0,50	14,70	7,35	22,65
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Mesa plástica	30,00	-	\$ 0,50	14,70	7,35	22,65
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Mesa plástica	30,00	-	\$ 0,50	14,70	7,35	22,65
4	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla giratoria ejecutiva	86,00	344,00	\$ 1,43	14,70	21,07	64,93
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla giratoria ejecutiva	86,00	-	\$ 1,43	14,70	21,07	64,93
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla giratoria ejecutiva	86,00	-	\$ 1,43	14,70	21,07	64,93
1	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla giratoria secretaria	75,00	75,00	\$ 1,25	14,70	18,38	56,63
9	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	72,00	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
	Muebles de oficina	06/nov/2011	Silla plastica	8,00	-	\$ 0,13	14,70	1,96	6,04
<b>TOTAL MUEBLES DE OFICINA</b>					<b>1.736,00</b>	SLN		(Adquisición-Hoy)/30 DepMensual-Meses Vida	
<b>TOTAL</b>					<b>432.136,00</b>				

Elaborado: por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### **4.19. Evaluación financiera**

Es la que determina los patrones de comparación para el empresario privado, determina cuánto va a recibir el inversionista privado por cada dólar invertido.

En el caso de éste proyecto, los inversionistas serían quiénes lo pongan en ejecución, por lo tanto ellos serían los encargados de buscar réditos económicos con la proyección de recuperar la inversión realizada y prosperar financieramente.

#### **4.20. Capital de trabajo**

El capital de trabajo es aquella parte del activo corriente que es financiado por el pasivo no corriente, es decir, con recursos a largo plazo. De una forma coloquial podríamos definirlo como aquel excedente del activo corriente de la empresa (disponible, realizable y existencias) que nos queda después de hacer frente a nuestros compromisos de pago a corto plazo.

Para la determinación del capital de trabajo se desarrolló una operación matemática, siendo este la resta del total de activos de corto plazo del total de pasivos de corto plazo.

TABLA No.27

<b>CALCULO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>ELEMENTO</b>	<b>VOLUMEN DE LAS OPERACIONES</b>	<b>PMM</b>	<b>VALOR MEDIO DE LA MASA PATRIMONIAL</b>
<b>PROVEEDORES (P)</b>	\$ 317.756,59	\$ 182,50	<b>\$ 158.878,30</b>
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>			<b>\$ 158.878,30</b>
<b>ACTIVOS</b>			
MATERIALES (M)	\$ 317.756,59	\$ 18,25	<b>\$ 15.887,83</b>
PRODUCTOS EN FABRICACION (F)	\$ 238.666,29	\$ 18,25	<b>\$ 11.933,31</b>
PRODUCTOS TERMINADOS (V)	\$ 349.532,25	\$ 18,25	<b>\$ 17.476,61</b>
CLIENTES ©	\$ 902.292,21	\$ 43,80	<b>\$ 108.275,06</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 1.808.247,34		<b>\$ 153.572,82</b>
CAPITAL DE TRABAJO	<b>\$ -5.305,47</b>		
CAPITAL DE TRABAJO R.	<b>\$ 82.077,59</b>		
ACTIVO CORRIENTE	<b>\$ 153.572,82</b>		
TESORERIA	<b>\$ 87.383,06</b>		
PASIVO CORRIENTE	\$ 158.878,30		

#### **4.21. Punto de equilibrio**

Para la interpretación y análisis del cálculo del punto de equilibrio la Empresa consideró tanto sus costos fijos como variables del total de las unidades producidas anualmente.

Para el primer año de la Empresa “MEJILLONES S.A.” el punto de equilibrio en unidades es de 38.221, cuyo resultado es positivo y favorable, en tanto que el punto de equilibrio en dólares es de \$1.051.842, que determina resultados favorables debido a que el punto de equilibrio se encuentra por debajo de la producción.



En la siguiente tabla se muestran detalladamente los respectivos costos y el punto de equilibrio en unidades y en dólares de la Empresa “MEJILLONES S.A.

### PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA No. 28

<b>1.</b>	<b>DATOS</b>			
	<b>COSTOS FIJOS TOTAL</b>			<b>\$ 194.850</b>
	<b>COSTOS VARIABLES TOTAL</b>			<b>\$ 556.423</b>
	<b>INGRESOS TOTALES</b>			<b>\$ 902.292</b>
	<b>UNIDADES PRODUC/VENDIDAS</b>			<b>33.120</b>
	<b>COSTOS VARIABLES(UNIDAD)</b>			<b>\$ 16,80</b>
	<b>PRECIO UNITARIO</b>			<b>\$ 27</b>
<b>2.</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
	<b>P.E EN UNIDADES</b>			<b>18.664</b>
	<b>P.E EN DÓLARES</b>			<b>\$ 508.407</b>

Elaborado: por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.22. Estado de resultado

El Resultado del presente estudio fue proyectado a 10 años, en el cual se especifican las diferentes cuentas que intervienen para la obtención de los ingresos, egresos y gastos operacionales que al final determinan la utilidad del ejercicio.

Para obtener la utilidad neta también se debe tomar en consideración las cuentas que la Ley otorga para las empresas, como: el Impuesto a la Renta, participación de trabajadores, y el pago de dividendos.

La Empresa “Mejillones S.A.” obtiene rentabilidad progresiva que se refleja en los dos primeros años de producción, alcanzando en el primer año \$220.226.44 y en el segundo año \$281.484.55 y en el último año, es decir en el décimo la empresa concibe una utilidad de 1.571.613,21.

Para el primer año se estima que la empresa alcanzará un 13% de margen de utilidad neta, la cual es variable en los próximos años, llegando a un 39% en el año 2022.

TABLA No.29

## ESTADO DE RESULTADOS

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	902.292,21	1.055.828,05	1.235.489,86	1.445.723,29	1.691.730,46	1.979.598,70	2.316.451,17	2.710.623,13	3.171.868,19	3.711.599,62
COSTO DE VENTAS										
INV. INICIAL	-	37.597,48	43.050,97	47.475,44	52.522,09	58.289,71	64.893,50	72.467,88	81.169,71	91.182,09
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
IMP	215.280,00	234.454,92	274.350,24	321.034,23	375.662,05	439.535,46	514.386,20	601.915,19	704.330,28	824.189,89
M/D	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98	34.820,98
CF	238.666,29	488.767,27	251.602,00	520.877,91	265.238,83	574.410,66	279.614,77	635.469,99	294.769,09	705.252,99
<b>DISPONIBLE</b>	488.767,27	558.475,39	617.461,02	682.495,43	757.775,02	843.442,57	941.689,56	1.054.548,25	1.184.290,63	1.333.966,97
INV. FINAL	37.597,48	451.169,79	43.050,97	515.424,42	47.475,44	589.985,58	52.522,09	630.423,34	58.289,71	699.485,32
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	451.122,42	540.403,63	665.504,28	815.299,96	992.245,14	1.201.049,62	1.447.229,49	1.737.244,60	2.078.669,45	2.480.338,45
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>										
GASTOS ADM	32.920,71	34.706,07	36.587,14	38.570,16	40.660,66	42.864,47	45.187,72	47.636,90	50.218,82	52.940,68
GASTOS VTA	32.139,60	33.891,57	35.717,85	37.653,86	39.694,70	41.846,15	44.114,21	46.516,20	49.025,79	51.682,98
GASTOS DE CONSTRUCCION	1.390,00	66.451,31	68.587,63	72.305,08	76.224,02	80.355,36	84.710,62	89.301,94	94.142,10	99.244,60
<b>UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS</b>	384.671,11	471.825,99	598.199,20	739.075,94	911.889,78	1.116.339,00	1.357.927,55	1.643.102,49	1.979.414,85	2.370.707,79
GASTOS FINANCIEROS	52.534,52	47.254,07	42.009,62	36.753,17	31.500,71	26.252,26	21.000,81	15.751,56	10.500,90	5.250,45
<b>UTILIDAD ANTES DE PART TRABAJADORES</b>	332.136,59	424.571,92	556.189,58	702.322,77	880.389,07	1.090.086,74	1.336.926,74	1.627.351,14	1.968.913,94	2.370.457,34
UTILIDAD TRABAJADORES	49.824,99	63.694,29	82.679,34	105.348,42	132.058,06	163.513,01	200.538,86	244.102,67	295.337,09	355.568,60
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	282.311,59	360.877,63	473.510,24	596.974,36	748.331,01	926.573,73	1.136.387,88	1.383.248,47	1.673.576,85	2.014.888,74
IMPUESTO POR PAGAR	62.115,15	79.393,08	103.073,57	131.334,36	164.632,38	203.846,22	250.005,11	304.314,66	369.186,91	443.275,52
<b>UTILIDAD NETA</b>	220.226,44	281.484,55	370.436,67	465.640,00	583.698,62	722.727,51	886.382,77	1.078.933,80	1.304.389,94	1.571.613,22

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### **4.23. Balance general proyectado**

El balance general proyectado muestra las diferentes inversiones que se realizaron en la adquisición de activos fijos, las diferentes cuentas deudoras como las deudas a largo plazo que se origina del préstamo bancario realizado que se amortiza en 10 años que tiene de duración el proyecto. También refleja el incremento del flujo de caja y los resultados del patrimonio que incide de forma directa en el aumento de capital.

Para medir los diferentes niveles como el de endeudamiento, liquidez, margen de utilidad bruta y neta se requiere de los resultados que se obtuvieron de los estados financieros, para su posterior interpretación que valdrán para la correcta toma de decisiones.

En el primer año se obtuvo \$697.626,00 de activos, debido a la depreciación de sus activos fijos, lo cual repercute en el consiguiente año, ya que el total de activos disminuye \$600.116.00, pero a partir del quinto año los activos vuelven a incrementarse debido a que se realizan nuevas inversiones.

En el año 2013 la Empresa “MEJILLONES S.A.” poseerá un patrimonio de 337.469,89, en el segundo año aumentará a \$515.587,66, por lo consiguiente mantendrá ese crecimiento hasta en el último año del ejercicio que llega a un valor patrimonial de \$6.689.135,46

A continuación se muestra el balance para los 10 años de operación de la empresa.

TABLA No.30

CÉDULA DE BALANES GENERALES										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>										
EFFECTIVO	450.358,90	680.435,84	1.077.278,77	1.584.469,26	1.833.118,05	2.606.044,89	3.555.495,77	4.687.343,92	6.072.722,72	7.742.425,77
CUENTAS POR COBRAR	-	87.985,67	102.957,49	120.476,94	140.977,54	164.966,56	193.037,60	225.885,26	264.322,35	309.299,97
INVENTARIO	37.597,48	43.050,97	47.475,44	52.522,09	58.289,71	64.893,50	72.467,88	81.169,71	91.182,09	102.718,79
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>487.956,38</b>	<b>811.472,47</b>	<b>1.227.711,70</b>	<b>1.757.468,29</b>	<b>2.032.385,30</b>	<b>2.835.904,95</b>	<b>3.821.001,25</b>	<b>4.994.398,89</b>	<b>6.428.227,16</b>	<b>8.154.444,53</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>										
VEHICULO	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
MAQUINARIAS	347.000,00	347.000,00	347.000,00	347.000,00	694.000,00	694.000,00	694.000,00	694.000,00	694.000,00	694.000,00
EQUIPOS DE COMPUTO	4.500,00	4.500,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	13.500,00	13.500,00	13.500,00	18.000,00	18.000,00
EQUIPO DE OFICINA	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00
MUEBLES DE OFICINA	1.736,00	1.736,00	1.736,00	1.736,00	3.472,00	3.472,00	3.472,00	3.472,00	3.472,00	3.472,00
TERRENOS	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
INFRAESTRUCTURA	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
DEPRECIACION	\$ 52.510,00	\$ 105.020,00	\$ 157.530,00	\$ 210.040,00	\$ 262.550,00	\$ 315.060,00	\$ 367.570,00	\$ 420.080,00	\$ 472.590,00	\$ 525.100,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>379.626,00</b>	<b>327.116,00</b>	<b>279.106,00</b>	<b>226.596,00</b>	<b>556.722,00</b>	<b>508.712,00</b>	<b>456.202,00</b>	<b>423.692,00</b>	<b>375.682,00</b>	<b>323.172,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>867.582,38</b>	<b>1.138.588,47</b>	<b>1.506.817,70</b>	<b>1.984.064,29</b>	<b>2.589.107,30</b>	<b>3.344.616,95</b>	<b>4.277.203,25</b>	<b>5.418.090,89</b>	<b>6.803.909,16</b>	<b>8.477.616,53</b>
<b>PASIVOS</b>										
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>										
CUENTA POR PAGAR	17.940,00	19.537,91	22.862,52	26.752,85	31.305,17	36.632,12	42.865,52	50.159,60	58.694,86	68.682,49
IMPUESTOS POR PAGAR	62.115,15	79.393,08	103.073,57	131.334,36	164.632,38	203.846,22	250.005,11	304.314,66	368.186,91	443.275,52
15% PARTICIPACION TRABAJAD.	49.824,99	63.684,29	82.679,34	105.348,42	132.058,06	163.513,01	200.538,86	244.102,67	295.337,09	355.568,60
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>129.880,14</b>	<b>162.615,28</b>	<b>208.615,43</b>	<b>263.435,63</b>	<b>327.995,61</b>	<b>403.991,35</b>	<b>493.409,49</b>	<b>598.576,93</b>	<b>722.218,85</b>	<b>867.526,61</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>										
PRESTAMO BANCARIO	388.922,40	345.708,80	302.495,20	259.281,60	216.068,00	172.854,40	129.640,80	86.427,20	43.213,60	-
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>388.922,40</b>	<b>345.708,80</b>	<b>302.495,20</b>	<b>259.281,60</b>	<b>216.068,00</b>	<b>172.854,40</b>	<b>129.640,80</b>	<b>86.427,20</b>	<b>43.213,60</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>518.802,54</b>	<b>508.324,08</b>	<b>511.110,63</b>	<b>522.717,23</b>	<b>544.063,61</b>	<b>576.845,75</b>	<b>623.050,29</b>	<b>685.004,13</b>	<b>765.432,45</b>	<b>867.526,61</b>
<b>PATRIMONIO</b>										
CAPITAL	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40	128.553,40
UTILIDADES DEL EJERCICIO	220.226,44	501.711,00	867.153,67	1.332.793,67	1.916.490,29	2.639.217,80	3.525.599,56	4.604.533,37	5.909.923,31	7.481.536,52
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>348.779,84</b>	<b>630.264,40</b>	<b>995.707,07</b>	<b>1.461.347,06</b>	<b>2.045.043,69</b>	<b>2.767.771,19</b>	<b>3.654.152,96</b>	<b>4.733.086,76</b>	<b>6.038.476,71</b>	<b>7.610.089,92</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>867.582,38</b>	<b>1.138.588,47</b>	<b>1.506.817,70</b>	<b>1.984.064,29</b>	<b>2.589.107,30</b>	<b>3.344.616,95</b>	<b>4.277.203,25</b>	<b>5.418.090,89</b>	<b>6.803.909,16</b>	<b>8.477.616,53</b>

Elaborado: por el autor Sr. Andrés Mejillones.

#### 4.24. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

##### 4.24.1. CASH FLOW.

El “cash-flow” mide los recursos generados por la empresa, concepto que no coincide con el de beneficio neto.

Ya que en el cálculo del beneficio neto se incluyen una serie de gastos (amortizaciones y provisiones) que, aunque son pérdidas para la empresa, no generan salida de dinero, sino que se trata únicamente de apuntes contables.

En el primer año se obtienen unas ventas brutas de \$ 902.292,00 los costos de producción son de \$542.590,00, gastos operativos de \$108.275,00, impuesto total de \$96.674,00, intereses de \$52.505,00y el respectivo pago de préstamo bancario de \$43.214,00. Con todas estas deducciones se obtiene un total de “Cash Flow” en este año de \$59.035,00, siendo este desfavorable para la creación de la empresa sin embargo en el segundo año este total aumenta, para posteriormente aumentar considerablemente hasta llegar al año 2022 con un total de \$ 2.256.965,00.

TABLA No. 31

<b>CASH FLOW</b>											
VENTAS BRUTAS		902.292	1.111.714	1.369.743	1.687.660	2.079.366	2.561.987	3.156.625	3.889.277	4.791.979	5.904.197
COSTO DE PRODUCCIÓN		542.590	637.272	748.065	877.712	1.029.419	1.206.940	1.414.669	1.657.746	1.942.185	2.275.025
GASTOS OPERATIVOS		108.275	113.480	119.101	125.172	131.729	138.810	146.458	154.717	163.638	173.271
IMPUESTO TOTAL		96.674	119.112	205.094	259.089	337.845	436.596	560.297	715.104	908.665	1.150.471
INTERESES		52.505	47.254	42.004	36.753	31.503	26.252	21.002	15.751	10.501	5.250
AMORTIZACION		43.214	43.214	43.214	43.214	43.214	43.214	43.214	43.214	43.214	43.214
<b>TOTAL CASH FLOW</b>		<b>59.035</b>	<b>151.382</b>	<b>212.266</b>	<b>345.721</b>	<b>505.657</b>	<b>710.175</b>	<b>970.985</b>	<b>1.302.745</b>	<b>1.723.776</b>	<b>2.256.965</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.24.2. CASH FREE.

Se define como “el saldo disponible” para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en Necesidades Operativas de Fondos (NOF).

La creación de la empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá, en los cuatro primeros años obtiene un flujo libre de caja negativo debido a las grandes inversiones que se realizaron en el año cero, sin embargo en los posteriores años se cuenta con los valores de rescate de cada uno de los activos fijos, lo cual permite obtener flujos aceptables con la finalidad de recuperar la inversión en menos tiempo que la vida del proyecto. En el último año se obtiene un total de \$2.376.932,00.

**TABLA No. 32**

<b>CASH FREE</b>											
INVERSION TERRENO	-5.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE TERRENO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION INFRAESTRUCTURA	-40.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE INFRAEST.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION VEHICULO	-30.000	-	-	-	-	-30.000	-	-	-	-	-
VALOR RESCATE VEHICULO	-	-	-	-	-	3.000	-	-	-	-	3.000
INVERSION MAQUINARIA	-347.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MAQUINARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34.700
INVERSION NUEVA MAQUINARIA	-	-	-	-	-	-347.000	-	-	-	-	-
VALOR RESCATE NUEVA MAQUINARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	-4.500	-	-	-4.500	-	-	-4.500	-	-	-4.500	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE COMP.	-	-	-	256	-	-	256	-	-	256	-
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	-3.900	-	-	-	-	-3.900	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE OFIC.	-	-	-	-	-	16	-	-	-	-	16
INVERSION MUEBLES	-1.736	-	-	-	-	-1.736	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MUEBLES	-	-	-	-	-	174	-	-	-	-	174
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-82.078	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82.078
<b>TOTAL CASH FREE</b>	<b>-514.214</b>	<b>59.035</b>	<b>151.382</b>	<b>208.022</b>	<b>345.721</b>	<b>126.211</b>	<b>705.931</b>	<b>970.985</b>	<b>1.302.745</b>	<b>1.719.532</b>	<b>2.376.932</b>
		-455.179	-303.796	-95.774	249.946	376.157	1.082.088	2.053.073			

**Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones**

## 4.25. Métodos de evaluación de recuperación descontada van, tir.

### 4.25.1. Valor actual neto (VAN)

Tomando en consideración 10 años de vida de la empresa “MEJILLONES S.A.” se estima un valor actual neto de \$1.732.201,19, para dicho efecto se ha tomado la inversión total del proyecto que es de \$514.213, 59 y los respectivos valores de rescate de los activos fijos ya sea de la producción como de administración y ventas. Para la determinación de este valor, se consideró un costo de capital del 12%.

Para la determinación del valor actual neto se ha considerado 10 años de vida del proyecto.

Los datos pertinentes para dicho cálculo se han tomado del método de factibilidad, donde se incluyen las inversiones de activos fijos y capital de trabajo, los estados resultados anuales y flujos de caja y fondos. Este valor actual permite a la vez conocer el año de recuperación de la inversión total, para lo cual en los resultados de la empresa procesadora se demuestra que dicho monto se recuperará en el cuarto año de operación.

TABLA No.33

<b>VAN</b>	\$ 1.732.201,19
<b>TIR</b>	50%

<b>DECISION DE INVERSION</b>	<b>ACEPTAR PROYECTO</b>
------------------------------	-------------------------

### 4.25.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es denominada como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.



En el presente estudio económico-financiero de la empresa procesadora de perfumes a base de maracuyá se muestra una Tasa Interna de Retorno del 50%, lo que permite concluir que este proyecto de inversión es ACEPTABLE, puesto que sobrepasa el costo de capital que es del 12%.

#### 4.26. Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad es utilizado para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el “VAN” al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento, los costos, etc.).

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo “VAN” podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto en caso de que esas variables se modifiquen. Para nuestro caso de estudio hemos utilizado distintos tipos de costos de capital para observar el comportamiento del “VAN” en caso de incrementar la “TMAR” de los accionistas o disminuir. En la siguiente tabla podemos observar que a medida que el costo de capital se acerca a “0” el “VAN” incrementa.

TABLA No. 34  
Análisis de Sensibilidad

<b>Análisis de Sensibilidad</b>		
<b>COSTO/CAPIT</b>	<b>VAN</b>	<b>VARIACIÓN</b>
7,30%	2.387.303	138%
9,20%	1.919.703	111%
10,15%	1.794.150	104%
12,15%	1.732.201	0%
14,05%	1.028.794	59%
15,25%	860.105	84%
18,20%	760.005	88%

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.26.1. Escenario positivo.

En estos escenarios positivos nos damos cuenta que mientras menor es el costo de capital el valor actual neto aumenta en el primer caso consideramos una reducción del costo de capital del 7,30% dándonos una VAN de \$2.387.303, en el segundo escenario tenemos un VAN de \$ 1.919.203. y por último en el tercer escenario nos muestra un VAN de \$ 1794.150.

TABLA No.35

COSTO DE CAPITAL		VALOR ACTUAL NETO
DISMINUYE	7,30%	2.387.303
DISMINUYE	9,20%	1.919.203
DISMINUYE	10,15%	1.794.150

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.26.2. Escenario negativo.

En estos escenarios negativos nos damos cuenta que mientras mayor es el costo de capital el valor actual neto disminuye, en el primer caso consideramos un aumento del costo de capital del 14,05% dándonos una VAN de \$1028.794, en el segundo escenario tenemos un VAN de \$ 860.105 y por último en el tercer escenario nos muestra un VAN de \$ 760.005. Cada vez aumentamos más el costo de capital y vemos una reducción considerable de nuestro valor actual neto (VAN).

TABLA No. 36

COSTO DE CAPITAL		VALOR ACTUAL NETO
AUMENTA	14,05%	1.028.794
AUMENTA	15,25%	860.105
AUMENTA	18,20%	760.005

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### 4.27. Evaluación social

Con la creación de una unidad de producción de esta naturaleza se puede con propiedad establecer claramente los beneficios sociales que ésta ofrecerá a la

comunidad, es así que con la incorporación a la producción de aproximadamente 8640 ternos al año, se pueden ofrecer fuentes de trabajo a mano de obra calificada (artesanos confucionistas).

Para los maestros confeccionistas el contar con una organización de esta índole, representa una gran oportunidad de trabajo para aquellos confeccionistas, que teniendo talento y experiencia no han podido desarrollar su arte profesionalmente, debido a falta de recursos económicos para emprender su negocio.

Otros beneficiarios de manera directa son aquellas personas que hacen uso diario del traje ejecutivo que en su mayoría pertenecen al sector laboral empresarial, quienes en la actualidad se ven en la obligación de proveerse de este servicio en otras ciudades del país, al no contar en la localidad con una organización que disponga de capacidad de producción capaz de cubrir sus necesidades.

#### **4.28. Impacto Ambiental**

Estudio de impacto ambiental para el PROYECTO INDUSTRIAL DE FABRICACION DE PERFUMES DE LA EMPRESA “MEJILLONES S.A.”, ubicada a la comuna Manantial de Chanduy, dedicado a la fabricación de perfumes a base de la pulpa del maracuyá.

El estudio ambiental descrito, al establecer que la planta industrial a pesar de tener un sistema de producción segura y confinada por el tipo de producto que Va a manejar y considerando que pueda existir algún accidente y/o mala maniobra que ocasionaría incendio motiva a que se priorice un plan preliminar de Contingencias, así como de otro tipo de planes. “MEJILLONES S.A.” deberá elaborar un plan definitivo una vez que esté funcionando tomando a consideración los lineamientos aquí considerados.

Para efectos de este informe se indicará uno de los planes más relevantes del estudio, los otros se deberán consultar en el informe completo, es de suma importancia que la industria cuente con un plan de contingencia para emergencias.

La diferencia que se presente un evento menor y un evento catastrófico dependen exclusivamente de la planificación., Justificando la presentación del plan de contingencias.

Sin embargo la técnica aconseja para disminuir los riesgos de incendios y otros la implementación del sistema de áreas autónomas o confinadas para intervenir, controlar e evacuar rápidamente.

Para este plan deberá contar con todos los elementos necesarios que permitan evitar o minimizar los eventos que se puedan presentar (incendios) En el caso de que el evento que se presente sea de consecuencia el plan deberá detallar los pasos a seguir, los equipos con los que deberá contar y establecer las estructuras de organización y funcionamiento para obtener una respuesta inmediata estableciendo y asignando las responsabilidades a todo el personal, cabe anotar que la empresa una vez que esté funcionando deberá contar con cada una de las hojas de seguridad para cada producto, esto permitirá que al ocurrir un evento se pueda tener una respuesta de manera oportuna y efectiva a las emergencias.

Con los siguientes indicadores:

- Disminución o detención de proceso de deterioro
- Restauración o rehabilitación de ecosistema
- Aumento de cobertura boscosa incluyendo árboles frutales
- Aumento de área de producción sostenible
- Desarrollo de técnica de producción sostenible
- Acceso y transferencia tecnológica
- Desarrollo de conocimientos científicos
- Establecimiento de sistemas de producción sostenible
- Incremento de especies y/o población de flora y fauna
- Incremento de fertilidad del suelo
- Mejora belleza paisajística

- Incremento de tipos de cultivos
- Incremento de la productividad
- Incremento de producción
- Combinación de métodos tradicionales con innovación
- Disminución de tala y caza en el bosque
- Se detiene o disminuye contaminación
- Cambio positivo en políticas o leyes
- Educación ambiental

## CONCLUSIONES

En la península de Santa Elena, la actividad de la producción tiene gran importancia, por ser una de las profesiones más antigua y generadora de ingresos económicos para el sustento diario de los hogares. Es necesario indicar que este sector económico en los últimos años ha descendido notoriamente su actividad debido a: falta de apoyo de las autoridades competentes, falta de interés de los maestros productores en mejorar su infraestructura e imagen y buscar otras alternativas de comercializar sus servicios, competencia desleal (perfumes sin registro, perfumes de contrabando), etc. Ésta última tiene mayor incidencia en la grave situación que atraviesan las organizaciones dedicadas a este trabajo tanto a nivel nacional, regional y local.

A través del estudio de mercado se ha determinado la existencia de un gran número de personas que hacen uso diario de perfumes tipo maderero, floral y que a su vez éstas no están siendo atendidas satisfactoriamente por los productores establecidos en la localidad, ya que éstos no disponen de los recursos necesarios (económicos, financieros, tecnológicos), para cubrir las expectativas de este importante segmento del mercado, razón por la cual afirmamos que es factible instalar la unidad de producción que cuente con los atributos necesarios para atender las necesidades de los demandantes, ofertando productos de calidad a precios accesibles.

La mayoría de las instituciones que solicitan estos productos a empresas fuera de la localidad presentan inconvenientes tales como: inconformidad de sus colaboradores, precios elevados, incumplimiento en los plazos de entrega establecidos, etc.

El precio de la mano de obra de los habitantes peninsulares es elevado en comparación con otros mercados, esto trae como consecuencia la disminución del trabajo de éstos profesionales.

La ejecución de este estudio de la creación de la empresa de perfumes permite tener un criterio bastante claro para realizar inversiones y mantenerse en el mercado con un producto de buena calidad y con precios muy competitivos.

Del análisis económico realizado llegamos a la conclusión final, de que: “Este proyecto si tiene la capacidad de endeudamiento para realizar las inversiones necesarias y suficientes para incrementar su volumen de producción y ventas, obteniendo una razonable utilidad”

Al concluir este trabajo, es preciso anotar que, además de obtener el retorno de capital invertido con su respectiva utilidad, la empresa se mantendrá en el mercado local, y un crecimiento sostenido de fuentes directas e indirectas de trabajo, crea la expectativa, de que con una clara organización se proyecta a la formación de una sólida y gran empresa de confecciones de trajes ejecutivos.

## RECOMENDACIONES

Se sugiere la creación de una unidad de producción de esta naturaleza, que a más de que preste esta clase de servicios sirva de modelo económico - productivo para las nuevas generaciones.

Dar a conocer el servicio a través de visitas puerta a puerta a las instituciones que hacen uso de este producto, proyectando buena imagen y cumpliendo a cabalidad con los contratos establecidos.

Fomentar el desarrollo del sector económico-productivo en la península de Santa Elena, capacitando y organizando a los habitantes.

La implementación de este proyecto deberá realizarse dentro de los perímetros del mercado, cerca de los lugares de acopio de insumos y materias primas, dentro del área donde existe la fuerza laboral, en lugar de fácil acceso vehicular y de transporte, con toda la infraestructura básica sanitaria, de electricidad y telecomunicaciones.

Utilizar al máximo todos los recursos disponibles, con la única finalidad de producir en grandes cantidades al menor tiempo posible.

Definir claramente quiénes serán los proveedores de materia prima y demás materiales a usarse en la producción de los perfumes para evitar conflictos en aumentos de costos que afectan el precio final del producto terminado.

Tener un ambiente con óptimas condiciones de trabajo para que el personal aumente su producción sin aumentar costos variables.

Capacitar constantemente al personal de producción, en lo que concierne a: manejo de recursos para evitar desperdicios de tiempo y materiales, modas y



diseños actuales que reflejen la calidad del servicio exclusivo de la empresa.

Brindar asesoría a los clientes en lo que concierne a tipos, colores, diseños, modelos de perfumes para que éstos se sientan seguros de portar dicha fragancia.

Evitar subcontratar a las personas cuando la producción sobrepase la capacidad instalada para evitar inconformidades en un proceso no supervisado de fabricación.

Tener un estricto control de calidad en el proceso productivo y sobre el personal que se encuentra laborando.

Lograr posicionamiento en el mercado peninsular y nacional, entregando productos de calidad y a precios razonables.

## **BIBLIOGRAFIA LIBRO**

- ÁLVAREZ TORRES MARTÍN G. (Edición 2006), Manual de planeación estratégica.
- BAENA LÓPEZ GUILLERMO Edición 2009), I + E Investigación estratégica.
- BALLVE ALBERTO Y DEBELJUH PATRICIA (edición 2006), Misión y valores.
- BERNAL TORRES CESAR AUGUSTO (Edición 2006), Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.
- CAPRIOTTI PAUL (Edición 2008), Planificación estratégica de la imagen corporativa.
- CASTRO ORDOÑEZ JOSÉ M. (Edición 2004), Apuntes de la materia: Preparación y evaluación de proyectos I y II semestre.
- DÍAZ DE RADA VIDAL (Edición 2001), Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial.
- DÍAZ DE SANTOS (Edición 1994), El plan de acción.
- DÍAZ DE SANTOS (Edición 1994), El plan de negocios.
- FERNÁNDEZ ROMERO ANDRÉS (Edición 2004), Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones.
- FRANCÉS ANTONIO (Edición 2006), Estrategias y planes para empresa CMI.
- GARCÍA SILVA, GARCÍA EDUARDO, GARCÍA SÁNCHEZ EDUARDO (Edición 2007), Los recursos humanos aplicados a la gestión deportiva.
- GENERALITAT VALENCIANA (Edición 2006), ATs administración especial.

- GONZÁLEZ SABIN RAQUEL (Edición 2005), Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos las TIC's como herramienta permanente del capital humano.
- JIMÉNEZ FIGUEROA, ITZA HAYDE MURO PICO, J FERNANDO (Edición 2009), Desarrollo organizacional y humano.
- JIMÉNEZ MARÍA ELIZABETH (Edición 2004), Plan estratégico de redes de establecimiento de salud en proceso de cambio.
- MARTÍNEZ MARÍA DEL CARMEN (Edición 2003), La gestión empresarial: Equilibrando objetivos y valores.
- MARTÍNEZ PEDRO JOSÉ, MILLA GUTIÉRREZ ARTEMIO (Edición 2005), Elaboración del plan estratégico y su aplicación a través de cuadro de mano integral.
- MÍNGUEZ VELA ANDRÉS (Edición 2002), El formador en la empresa.
- MIRANDA MIRANDA JUAN JOSÉ (Edición 2006), Gestión de proyectos.
- MUÑIZ LUIS (Edición 2010), Guía práctica para mejorar un plan de negocios.
- MUÑIZ LUIS (Edición 2009), Control presupuestario: Planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto.
- NAMAKFOROOSH MOHANMMAD NAGHI (Edición 2005), Metodología de la investigación.

## DOCUMENTOS DE LA WEB

- <http://www.mitecnologico.com/Main/NaturalezaDeLaPlaneacionEstrategica>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/planeacion/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacion/)
- [http://books.google.es/books?id=I22YPj6iBisC&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+proyectos+inform%C3%A1ticos&hl=es&ei=Y18JTruSB8eftgfLnOyKAQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=I22YPj6iBisC&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+proyectos+inform%C3%A1ticos&hl=es&ei=Y18JTruSB8eftgfLnOyKAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)
- <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/clasificacion-de-los-proyectos.html>
- <http://www.eumed.net/libros/2006c/219/1o.htm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/EntornoDeLaEmpresa>
- <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>

## GLOSARIO

- **Velocidad de transferencia de tecnología**

Es la rapidez con la que puede comunicarse dos dispositivos digitales mediante un ancho de banda
- **Aportaciones de capital**

Capital aportado por los accionistas para constituir el patrimonio social que les otorga sus derechos sociales.
- **Auditoría**

Análisis de los libros de contabilidad de la empresa, que tiene por finalidad revisar de manera sistemática la exactitud de sus apuntes, y conocer cuál es el verdadero estado de la sociedad, mediante la emisión de un informe.
- **Autónomo**

A los efectos del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social, se entiende como trabajador por cuenta propia o autónoma, aquel que realiza de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo.
- **Balance**

Documento contable que expresa la situación patrimonial y financiera de la empresa en un momento dado.
- **Base imponible**

Cantidad expresiva de una capacidad económica determinada, sobre la que se calcula el pago de los tributos.
- **Base reguladora**

Cifra que, con base en la retribución y en el tiempo de cotización determina la cuantía y la duración de las prestaciones de los beneficiarios de la seguridad social.
- **Caducidad**

Extinción de una facultad o de una acción por el mero transcurso de un plazo configurado por la ley como carga para el ejercicio de aquellas.

➤ **Campaña de lanzamiento**

Conjunto de acciones, planificadas para ofrecer al mercado un nuevo producto o servicio.

➤ **Desempleo y subempleo**

Tasa de Desempleo. Es el porcentaje que resulta del cociente entre el número de desocupados y la PEA

El subempleo es más de la mitad de la Población Económicamente Activa (PEA) según el BCE

➤ **Diversidad cultural**

Se refiere a la convivencia e interacción entre distintas culturas. Es el tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada.

➤ **Eficacia**

Comparación entre los resultados alcanzados y los objetivos propuestos, Se es eficaz cuando se alcanzan los objetivos.

➤ **Estilo de vida**

Conjunto de actitudes y comportamiento que adoptan y desarrollan las personas

➤ **Financiación**

Es el conjunto de fuentes y medios financieros de los que una empresa obtiene el dinero necesario para la realización de sus inversiones.

➤ **Flujo de caja o "cash-flow"**

En sentido dinámico, es la suma de los cobros menos los pagos. Es el excedente neto de Tesorería. En sentido estático, es la suma del beneficio de la empresa más las amortizaciones.

➤ **Gastos financieros (Cuenta de explotación)**

Gastos de financiación (intereses, comisiones,...) tanto de créditos, préstamos, gastos financieros generales, como de descuentos y financiación de clientes, y gastos financieros comerciales.

➤ **Gastos amortizables (Plan de Inversiones)**

En el anterior PGC se refería a los Gastos de establecimiento de una nueva sociedad, así como aquellos gastos que tengan la consideración de imputables a varios ejercicios y, por tanto, sean gastos a distribuir plurianualmente.

➤ **Hipoteca**

Contrato por el cual un deudor o tercero afectan especialmente bienes inmuebles o derechos reales sobre éstos en garantía del cumplimiento de una obligación principal, en forma que, vencida ésta y no satisfecha, pueda hacerse efectiva sobre el precio de venta de aquel bien.

➤ **Niveles de pobreza**

Es la penuria necesidad escasas y la incapacidad que poseen miles de ecuatorianos para procurarse su sustento de vida diaria.

➤ **Preservación de recursos naturales no renovables**

Se trata de no acabar con las reservas ya que no resulta producirlo, cultivarlos o regenerarlos para sostener su tasa de consumo.

➤ **Situación de las patentes**

Es el que otorga al inventor en derecho exclusivo de impedir que otros fabriquen, utilicen o vendan el invento diseñado por él.

➤ **Tecnología de información**

Es el procedimiento que mantiene ventaja de recursos y cursos de acción que se adaptan a las necesidades del momento.

➤ **Velocidad de transferencia de tecnología**

Es la rapidez con la que puede comunicar dos dispositivos digitales mediante un ancho de banda

## ABREVIATURAS

- ✓ **PIB** producto interno bruto
- ✓ **INEC** instituto nacional de estadística y censos
- ✓ **IVA** impuesto al valor agregado
- ✓ **RUC** registro único del contribuyente
- ✓ **4P** precio, plaza, promoción y producto
- ✓ **MIX** combinación de varios objetos
- ✓ **PEA** población económica activa
- ✓ **FODA** fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas
- ✓ **VAN** valor actual neto
- ✓ **TIR** tasa interna de retorno
- ✓ **BG** balance general
- ✓ **BNF** banco nacional del fomento
- ✓ **CFN** corporación financiera nacional
- ✓ **Km** kilómetros
- ✓ **Hr** horas
- ✓ **MAGAP** ministerio de agricultura, ganadera, avicultura y pesca



### Anexo de Cuadros

#### COSTO DE MATERIA PRIMA CUADRO No.37

MATERIA PRIMA DIRECTA							
Detalle	Unidades (qq)	Costo Unitario Total	Cant. Utilizar % por unidad	Costo por unidad	Costo por proceso	COSTO MES	COSTO ANUAL
400 gramos Pulpa de maracuyá	120,00	1,50	10%	0,15	18,00	414,00	4.968,00
1 Litro Alcohol etílico	120,00	10,00	65%	6,50	780,00	17.940,00	215.280,00
1 Litro de Agua destilada	120,00	12,00	8%	0,96	115,20	2.649,60	31.795,20
Cumarina	120,00	13,00	1%	0,13	15,60	358,80	4.305,60
Fijador	120,00	17,00	4%	0,62	74,05	1.703,20	20.438,35
Esencia	120,00	10,00	12%	1,24	148,44	3.414,12	40.969,44
<b>COSTO DE MATERIA PRIMA DE 1 unidad</b>				<b>9,59</b>	<b>1.151,29</b>	<b>26.479,72</b>	<b>317.756,59</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

#### COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION CUADRO No.38

e) COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
Detalle	Mensual	Anual
<b>Materia Prima Indirecta</b>	<b>243,00</b>	<b>2.916,00</b>
Dietilftalato	80,00	
Propilenglicol	65,00	
Éster malónico	58,00	
Sebacato de dietilo	40,00	
Depreciación	<b>4.054,48</b>	<b>48.653,80</b>
Mano de obra indirecta	<b>3.606,23</b>	<b>43.274,79</b>
Mant. Maqin. De Fábrica	<b>150,00</b>	<b>1.800,00</b>
<b>Envase</b>	<b>542,00</b>	<b>6.504,00</b>
Metales	50,00	
Vidrio	85,00	
Plástico	65,00	
Papel y cartón	45,00	
Madera	40,00	
Lata	62,00	
Botellas	40,00	
Tarros	38,00	
Envase de papel	57,00	
Envase de vidrio	60,00	
Energía Eléctrica	180,00	2.160,00
Agua	200,00	2.400,00
Teléfono	60,00	720,00
<b>Total</b>	<b>9.035,72</b>	<b>108.428,59</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

MANO DE OBRA DIRECTA  
CUADRO No.39

MANO DE OBRA DIRECTA 1000 ml.									
No DE TRABAJADORES	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
				13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Operario 1	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 2	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 3	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 4	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 5	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 6	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 7	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario 8	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Operario Mantenimiento y	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
1	Operario Mantenimiento y	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
1	Operario Mantenimiento y	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
1	Operario Mantenimiento y	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
<b>12</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.568,00</b>	<b>42.816,00</b>	<b>3.568,00</b>	<b>3.568,00</b>	<b>3.568,00</b>	<b>1.784,00</b>	<b>4.773,98</b>	<b>60.077,98</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

GASTOS DE ADMINISTRACION  
CUADRO No.40

GASTOS DE OFICINA EN ADMINISTRACIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Papel	1000	0,01	7,60	91,20
Esferos	24	0,30	7,20	86,40
Lápices	24	0,30	7,20	86,40
Comprobantes	5	4,50	22,50	270,00
Tinta	10	0,90	9,00	18,00
Perforadora	3	3,20	9,60	9,60
Grapadora	3	3,35	10,05	10,05
Clip (cajita)	3	1,20	3,60	43,20
Archivadores	5	3,00	15,00	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>91,75</b>	<b>629,85</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

## GASTOS DE VENTAS

CUADRO No.41

<b>GASTOS DE OFICINA EN VENTAS</b>				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Papel bond	1000	0,01	7,60	91,20
Esferos	24	0,25	6,00	72,00
Lápices	24	0,30	7,20	86,40
Comprobantes	5	10,00	50,00	600,00
Tinta	3	1,50	4,50	54,00
Perforadora	3	6,00	18,00	18,00
Grapadora	3	5,00	15,00	15,00
Clip	3	1,50	4,50	54,00
Facturas	9	10,00	90,00	90,00
<b>TOTAL</b>			<b>202,80</b>	<b>1080,60</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

## SUELDOS Y SALARIOS DE ADMINISTRACION

CUADRO No. 42

<b>SUELDOS Y SALARIOS EN ADMINISTRACIÓN</b>									
No DE TRABAJADORES	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
				13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Gerente General	400,00	4.800,00	400,00	400,00	400,00	200,00	535,20	6.735,20
1	Subgerente	350,00	4.200,00	350,00	350,00	350,00	175,00	468,30	5.893,30
1	Jefe Financiero	320,00	3.840,00	320,00	320,00	320,00	160,00	428,16	5.388,16
1	Auxiliar 1	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Secretaría	200,00	2.400,00	200,00	200,00	200,00	100,00	267,60	3.367,60
5	<b>TOTAL</b>	<b>1.570,00</b>	<b>18.840,00</b>	<b>1.570,00</b>	<b>1.570,00</b>	<b>1.570,00</b>	<b>785,00</b>	<b>2.100,66</b>	<b>26.435,66</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

### SUELDOS Y SALRIOS EN VENTAS

CUADRO No.43

SUELDOS Y SALRIOS EN VENTAS									
No DE TRABAJADORES	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
				13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Jefe de venta	350,00	4.200,00	350,00	350,00	350,00	175,00	468,30	5.893,30
1	Asistente	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Vendedor 1	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Vendedor 2	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Chofer 1	250,00	3.000,00	250,00	250,00	250,00	125,00	334,50	4.209,50
5	<b>TOTAL</b>	<b>1.500,00</b>	<b>18.000,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>750,00</b>	<b>2.007,00</b>	<b>25.257,00</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

### GASTOS DE CONSTITUCION Y OPERATIVOS

CUADRO No. 44

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>400,00</b>
Permiso del Cuerpo de Bombero	50,00
Permiso de la Comisaría Municipal	20,00
Certificado de funcionamiento	300,00
Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública	30,00
<b>GASTOS DE INSTALACION</b>	<b>870,00</b>
Instalacion electrica	250,00
Adecuacion del local	500,00
<b>Otros</b>	<b>120,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.390,00</b>

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

AMORTIZACION DEL PRESTAMO  
CUADRO No.45

<b>AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO BANCARIO</b>				
# DE PERIODOS	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACION ABONO DE CAPITAL	SALDO DEL PRESTAMO
<b>0</b>				<b>437.136,00</b>
<b>1</b>	<b>96.825,62</b>	<b>53.112,02</b>	<b>43.713,60</b>	<b>393.422,40</b>
<b>2</b>	<b>91.514,42</b>	<b>47.800,82</b>	<b>43.713,60</b>	<b>349.708,80</b>
<b>3</b>	<b>86.203,22</b>	<b>42.489,62</b>	<b>43.713,60</b>	<b>305.995,20</b>
<b>4</b>	<b>80.892,02</b>	<b>37.178,42</b>	<b>43.713,60</b>	<b>262.281,60</b>
<b>5</b>	<b>75.580,81</b>	<b>31.867,21</b>	<b>43.713,60</b>	<b>218.568,00</b>
<b>6</b>	<b>70.269,61</b>	<b>26.556,01</b>	<b>43.713,60</b>	<b>174.854,40</b>
<b>7</b>	<b>64.958,41</b>	<b>21.244,81</b>	<b>43.713,60</b>	<b>131.140,80</b>
<b>8</b>	<b>59.647,21</b>	<b>15.933,61</b>	<b>43.713,60</b>	<b>87.427,20</b>
<b>9</b>	<b>54.336,00</b>	<b>10.622,40</b>	<b>43.713,60</b>	<b>43.713,60</b>
<b>10</b>	<b>49.024,80</b>	<b>5.311,20</b>	<b>43.713,60</b>	<b>0,00</b>
		<b>132.780,06</b>	<b>437.136,00</b>	

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

RECUPERACION DE LA INVERSION  
CUADRO No. 46

<b>RECUPERACION DE INVERSION</b>										
INVERSION TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
519.214	57.427	149.836	206.753	344.468	125.008	704.778	969.881	1.301.690	1.718.527	2.375.976
	-461.786	-311.950	-105.198	<b>239.271</b>	364.279	1.069.056	2.038.937			

Elaborado por el autor Sr. Andrés Mejillones

**Anexo 1 Encuesta aplicada habitantes de la provincia de Santa Elena**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ENCUESTA**

Buenos días, soy \_\_\_\_\_, Egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, reciba un cordial saludo y a la vez agradecerle por su colaboración, estoy realizando una investigación para la “Creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá e la comuna Manantial de Chanduy, cabe recalcar que todo cuanto usted pueda decirme será de gran utilidad, sus respuestas serán tratadas estadísticamente y bajo total anonimato.

**DATOS DE CLASIFICACIÓN:**

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Ciudad: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

**1. ¿En qué rango de edad se encuentra?**

De 15 a 64 años

De 65 a mas

**2. ¿Cuál es tu género?**

Masculino

Femenino

**3. ¿Cuál es tu nivel de instrucción formal?**

Primario

Secundario

Técnico

Universitario

Otros

**4. ¿Le gustan los perfumes que normalmente se comercializan en la provincia de Santa Elena?**

SI

NO

**5. ¿Al momento de comprar porque aroma se inclinaria?**

Florales	<input type="checkbox"/>	Florales	<input type="checkbox"/>
Maderables	<input type="checkbox"/>		
Cítricas	<input type="checkbox"/>		
Dulces	<input type="checkbox"/>		

**6. ¿Cada que tiempo utiliza perfume?**

Diario	<input type="checkbox"/>	Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>	Ocasiones Especiales	<input type="checkbox"/>

**7. ¿Le gustaria probar un nuevo perfume?**

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**8. ¿Qué opina del perfume que le acabaron de aplicar?**

Excelente	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Qué precio estaria dispuesto a pagar?**

De \$15 a \$20	<input type="checkbox"/>	De \$21 a \$25	<input type="checkbox"/>
De \$26 a 30	<input type="checkbox"/>		

**10. ¿Qué fue lo que más le gusto del perfume?**

Aroma	<input type="checkbox"/>	Empaque	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	Todas las Anteriores	<input type="checkbox"/>
Nada	<input type="checkbox"/>		

**Anexo 2 Entrevista aplicada a los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ENTREVISTA**

Buenos días, soy \_\_\_\_\_, Egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, reciba un cordial saludo y a la vez agradecerle por su colaboración, estoy realizando una investigación para la creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá en la comuna Manantial de Chanduy, cabe recalcar que todo cuanto usted pueda decirme será de gran utilidad, sus respuestas serán tratadas estadísticamente y bajo total anonimato.

**DATOS DE CLASIFICACIÓN:**

Nombre: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
 Ciudad: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_  
 Edad:  Sexo: M  F   
 Nivel de Instrucción: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_  
 Encuestador: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

1. **¿Me podría indicar si usted se siente beneficiado por ser habitante de la comuna Manantial de Chanduy?**
2. **¿Sabía usted que la creación de empresas permite el desarrollo de las comunas y por ende la de sus habitantes?**
3. **¿Cree usted que con una capacitación constante mejore el emprendimiento en la comuna?**
4. **¿Qué opina usted sobre la creación de una empresa industrializadora y comercializadora de perfumes a base de la pulpa del maracuyá?**
5. **¿Estaría dispuesto a participar en el sembrío de la fruta para convertirse en un comerciante de la misma?**



- 6. ¿Para la ejecución de algún proyecto dentro del a Comuna Manantial de Chanduy se ha toma en consideración la opinión de sus habitantes?**
- 7. ¿Cómo califica usted la comunicación entre las autoridades seccionales y los habitantes de la comuna?**
- 8. ¿Considera usted que se han aplicado las herramientas necesarias se podría convertir la empresa en nacional e internacional?**
- 9. ¿Porque considera usted que la empresa podría convertirse en una empresa internacional?**

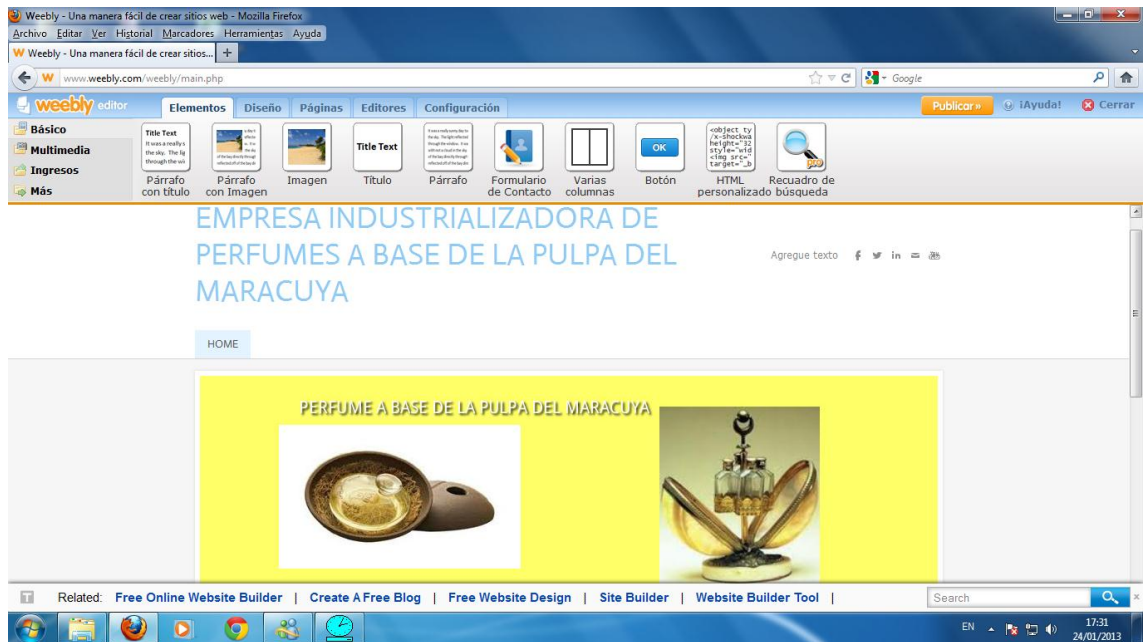
### ANEXO No. 4 PLAN DE ACCIÓN

<b>Problema Principal:</b>				
<b>Fin de la Propuesta:</b> Proporcionar ideas para el desarrollo de la comuna Manantial de Chanduy.		<b>Indicadores:</b> Documento renovado continuamente.		
<b>Propósito de la Propuesta:</b> Mejorar el nivel de vida de los habitantes de la comuna.		<b>Indicadores:</b> Relación entre habitantes de la comuna con conocimientos claros de sus funciones y aquellos que no los poseen.		
Coordinador del Proyecto:				
Proyecto	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Mejorar el nivel de vida de los habitantes de la comuna Manantial de Chanduy	Facilitarle a todos los habitantes los recursos necesarios para desarrollar las actividades de tal forma mejorar su nivel de vida	<p>Difundir adecuadamente el producto que ofrece la empresa.</p> <p>Da a conocer los objetivos.</p> <p>Fortalecer la imagen institucional.</p>	Área de Talento Humano Unidades Administrativas	<p>Revisión de los problemas de los comuneros.</p> <p>Impresión de un número determinado de ejemplares de la ley de comunas.</p> <p>Distribución del documento entre los habitantes de la comuna.</p> <p>Fomentar el mejoramiento de la calidad del producto</p>

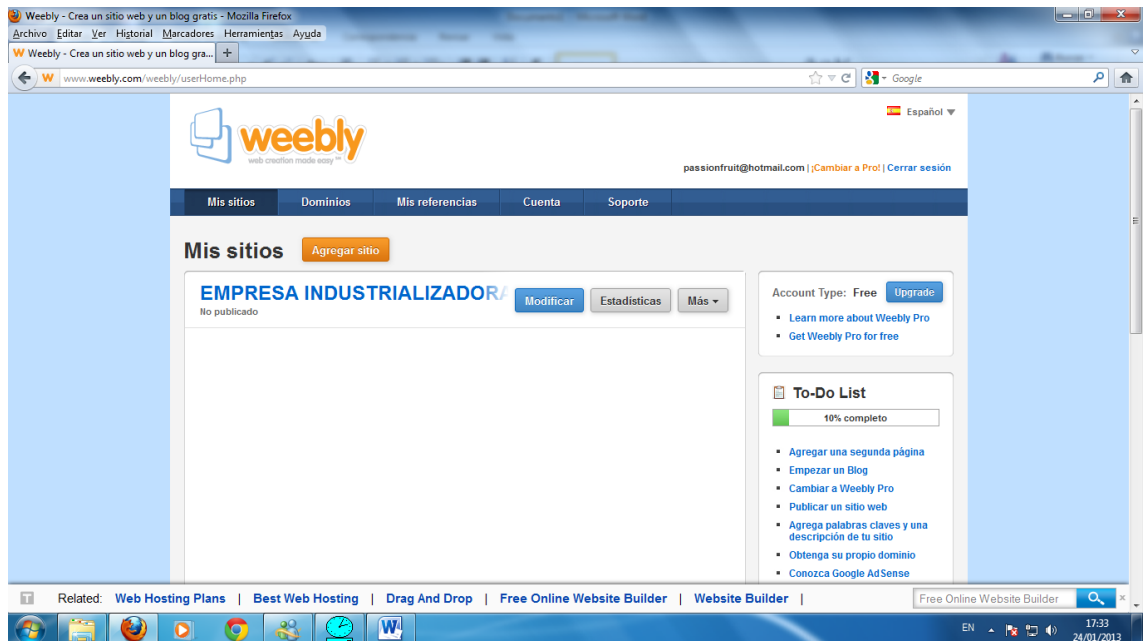
Proyecto	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
<p>Contribuir con capacitaciones para que puedan obtener acceso a créditos.</p>	<p>Ayudar con capacitaciones a los habitantes para que puedan acceder a préstamos en instituciones públicas o privadas</p> <p>Gestión del Talento Humano.</p>	<p>Propiciar el mejoramiento de la calidad de los productos ofrecidos por la empresa</p> <p>Simplificación de los procedimientos.</p> <p>Disminuir los costos operativos de la empresa.</p>	<p>Área de Talento Humano Unidades Administrativas</p>	<p>Charlas de motivación para mejorar la eficacia y la eficiencia en las actividades diarias.</p> <p>Control de tiempo en los trámites.</p> <p>Aplicación de formularios para detectar los procesos y actividades con problemas.</p>
<p>Establecer un plan de marketing agresivo</p>	<p>Dar a conocer a toda la colectividad de la Península de Santa Elena, el producto que ofrece la institución mediante las campañas publicitarias.</p> <p>Imagen y Posicionamiento</p>	<p>Realizar continuas revisiones al manual orgánico funcional.</p> <p>Evaluar el desempeño del personal.</p> <p>Calendario de actualización del documento</p>	<p>Área de Coordinación Unidades Administrativas</p>	<p>Elaboración de formatos para el control de los lugares visitados.</p> <p>Incentivar al personal para que aporte con ideas para el mejoramiento continuo de los vendedores.</p>



## ANEXO No. 5 PAGIAN WEB



## Anexo No. 6 TIENDA VIRTUAL



**Fotos de la entrevista de Comuna Manantial de Chanduy**





