



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA:

**“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta
Procesadora de Pulpa de Guanábana en la Empresa Frutsan
para su Comercialización a los Mayoristas”**

AUTOR (A):

Vargas Santana, María Daniela

Trabajo De Titulación

Previo a la Obtención del Título de:

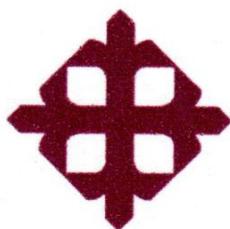
INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TUTOR:

Ec. Terry Christiansen Zevallos

Guayaquil, Ecuador

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por MARIA DANIELA VARGAS SANTANA, como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL.

TUTOR (A)



TERRY CHRISTIANSEN ZEVALLOS

REVISOR(ES)



Cpa. Carlos Paredes



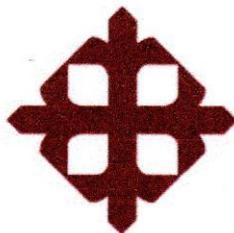
Ing. Vicente Armijos

DIRECTOR DE LA CARRERA



Dr. ALFREDO GOVEA M.

Guayaquil, Junio del 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María Daniela Vargas Santana

DECLARO QUE:

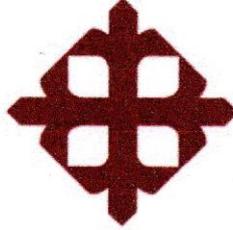
El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Pulpa de Guanábana en la Empresa Frutsan para su Comercialización a los Mayoristas**, previa a la obtención del **Título de Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, Junio del 2013

EL AUTOR (A)

María Daniela Vargas Santana



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, María Daniela Vargas Santana

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Pulpa de Guanábana en la Empresa Frutsan para su Comercialización a los Mayoristas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Junio del 2013

EL (LA) AUTOR(A):

María Daniela Vargas Santana

AGRADECIMIENTO

Infinitamente agradecida con Dios, por darme suficiente fuerza y sabiduría para poder culminar mi carrera y llegar hasta este momento tan importante en mi vida profesional, por haber puesto a esas personas especiales en mi camino durante mi vida que han sido el pilar fundamental de mi felicidad. De igual manera agradezco a mi madre una mujer trabajadora, quien me dio la oportunidad de estudiar y que siempre me complació en todo.

Así mismo agradezco a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por toda la formación académica, a los maestros y a mi tutor de tesis Ec. Terry Christiansen quien me ha guiado correctamente.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles su amistad y apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, sin importar donde estén quiero expresarles mis más sinceros agradecimientos por todo su apoyo.

María Daniela Vargas Santana

DEDICATORIA

Al creador del universo, por bendecirme con una excelente familia y grandes amistades. Por darme la madre que todo hijo sueña tener, a mis abuelitas que siempre me han aconsejado. A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo este largo camino, por confiar siempre mí, por ser una mujer luchadora ejemplo a seguir.

María Daniela Vargas Santana

INDICE

INDICE.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	X
INDICE DE ECUACIONES	XI
RESUMEN EJECUTIVO	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
PALABRAS CLAVES:.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACION.....	2
OBJETIVOS	3
OBJETIVOS GENERALES	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
CAPITULO 1.- EVALUACION TEORICA DEL PROYECTO.....	4
MARCO TEORICO	4
ANTECEDENTES.....	4
<i>Propiedades.....</i>	<i>5</i>
<i>Pulpa de Guanábana.....</i>	<i>7</i>
MARCO REFERENCIAL	9
<i>La industria de pulpas.....</i>	<i>9</i>
<i>Comportamiento del mercado en el Ecuador.....</i>	<i>9</i>
<i>Industria de pulpas en el Ecuador.....</i>	<i>10</i>
<i>Comportamiento del mercado a nivel internacional.....</i>	<i>12</i>
MARCO LEGAL	14
MARCO CONCEPTUAL	19
❖ RECEPCIÓN: PROCESO DE RECIBO DE LA FRUTA EN LA CUAL SE PESA Y SE ANALIZA LA CALIDAD CON EL FIN DE OBTENER LOS RENDIMIENTOS FINALES.	19
CAPITULO 2.- ANALISIS DE LA INDUSTRIA.....	21
ANALISIS PEST.....	21
<i>Político/Legal.....</i>	<i>21</i>
<i>Económico.....</i>	<i>22</i>
<i>Social.....</i>	<i>22</i>
<i>Tecnológico.....</i>	<i>22</i>
ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	23
<i>Rivalidad de los competidores.....</i>	<i>23</i>
<i>Amenaza de nuevos competidores.....</i>	<i>23</i>
<i>Productos sustitutos</i>	<i>24</i>
<i>Poder de negociación de los proveedores.....</i>	<i>24</i>
<i>Poder de negociación los clientes.....</i>	<i>24</i>

CAPITULO 3.- ADMINISTRACION Y PLANIFICACION DEL PROYECTO	25
LA EMPRESA.....	25
DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	25
NOMBRE DE LA EMPRESA.....	26
SLOGAN.....	26
LOGO.....	26
ACCIONISTAS.....	29
C.V. RESUMIDO DE LAS EMPRENDEDORAS.....	30
Administración de la empresa	32
Organigrama Distribución de funciones y responsabilidades.....	33
Distribución de funciones y responsabilidades	34
Gobierno Corporativo.....	36
Base empresarial.....	38
FODA.....	41
CAPITULO 4.- MERCADEO Y COMERCIALIZACION	42
PRODUCTO.....	42
DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	42
OFERTA.....	48
DETERMINACION DE LA ELASTICIDAD.....	49
DEMANDA INSATISFECHA.....	50
ENCUESTAS.....	52
CROSS TABULATIONS	67
MARKETING MIX	73
CAPITULO 5.- ASPECTOS TECNOLOGICOS DE LA PLANTA	87
PROCESO DE PRODUCCIÓN	87
MICRO-LOCALIZACIÓN:	99
DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA	102
CAPITULO 6.- ESTRUCTURA FINANCIERA	106
PLAN DE INVERSIONES.....	106
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	107
PAGOS Y COBROS	108
DEPRECIACIONES.....	109
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	110
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	111
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	112
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	113
BALANCE GENERAL.....	114
BALANCE GENERAL.....	115
TABLA DE AMORTIZACION	116
TIR	117
FLUJO DE CAJA.....	118
FLUJO DE CAJA.....	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA GUANÁBANA	6
TABLA 2 VALOR NUTRITIVO DE LA PULPA DE GUANABANA POR 100 GRAMOS. (MOOS, 2013)	7
TABLA 3 CARACTERÍSTICAS NUTRITIVAS DE LA PULPA DE GUANÁBANA (MOOS, 2013).....	8
TABLA 4 RENDIMIENTO DE PULPAS	12
TABLA 5 TIPOS DE COMPAÑÍAS EN EL ECUADOR. ELABORADO POR: AUTORA. FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS)	28
TABLA 6 ACCIONISTAS ELABORADO POR: AUTORA FUENTE: AUTORA.....	29
TABLA 7 TARGET Y VARIABLES DE SEGMENTACION ELABORADO POR AUTORA.....	44
TABLA 8 DEMANDA DE PULPA. ELABORADO POR AUTORA. FUENTE INDUSTRIAS (ALIMENTICIAS, 2013)	48
TABLA 9 OFERTA. ELABORADO POR: AUTORA FUENTE INDUSTRIAS ALIMENTICIAS (ALIMENTICIAS, 2013)	48
TABLA 10 PRECIO ELABORADO POR AUTORA, FUENTE INDUSTRIAS ALIMENTICIAS (ALIMENTICIAS, 2013)	49
TABLA 11 DETERMINACION DE LA ELASTICIDAD, ELABORADO POR AUTORA	49
TABLA 12 ELASTICIDAD DE PRECIO	50
TABLA 13 DEMANDA INSATISFECHA, ELABORADO POR AUTORA (ALIMENTICIAS, 2013).....	50
TABLA 14 MERCADO OBJETIVO, ELABORADO POR: AUTORA (ALIMENTICIAS, 2013)	52
TABLA 15 ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA.....	55
TABLA 16 TOTAL ENCUESTAS	56
TABLA 17 TOTAL ENCUESTAS	57
TABLA 18 TOTAL DE ENCUESTAS.....	58
TABLA 19 TOTAL DE ENCUESTAS.....	59
TABLA 20 TOTAL DE ENCUESTAS.....	60
TABLA 21 TOTAL DE ENCUESTAS.....	61
TABLA 22 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	62
TABLA 23 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	63
TABLA 24 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	64
TABLA 25 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	65
TABLA 26 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	66
TABLA 27 CROSS TABULATIONS	67
TABLA 28 CROSS TABULATIONS	68
TABLA 29 CROSS TABULATIONS	69
TABLA 30 CROSS TABULATIONS	70
TABLA 31 CROSS TABULATIONS	70
TABLA 32 CROSS TABULATIONS	71
TABLA 33 CROSS TABULATIONS	71
TABLA 34 CROSS TABULATIONS	72
TABLA 35 CROSS TABULATIONS	72
TABLA 36TURNOS DE TRABAJO	103
TABLA 37 MATERIAS INDIRECTO COSTOS	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 DIFERENTES FORMAS DE CONSUMO, FUENTE : TODODELAGUANABANA.BLOGSPOT.COM	11
GRAFICO 2 IMPORTACIONES DE EEUU.....	13
GRAFICO 3 RENDIMIENTO DE PULPA DE GUANABANA	42
GRAFICO 4 VENTAS ANUALES FUENTE: JUGO FACIL	46
GRAFICO 5 CRECIMIENTO DE VENTAS, FUENTE: JUGO FACIL.....	47
GRAFICO 6 TOTAL DE ENCUESTAS	55
GRAFICO 7 TOTAL DE ENCUESTAS	56
GRAFICO 8 TOTAL DE ENCUESTAS	57
GRAFICO 9 TOTAL DE ENCUESTAS	58
GRAFICO 10 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	61
GRAFICO 11 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	62
GRAFICO 12 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	63
GRAFICO 13 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	64
GRAFICO 14 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	65
GRAFICO 15 TOTAL DE ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA	66
GRAFICO 16 CICLO PRODUCTIVO DE UNA INDUSTRIA . FUENTE: BUSINESS LEVEL CASE.....	73
GRAFICO 17 FUENTE Y ELABORACIÓN: FONDO MONETARIO INTERNACIONAL	82
GRAFICO 18 FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.....	82
GRAFICO 19 FUENTE DIARIO EL UNIVERSO.....	83
GRAFICO 20 FUENTE Y ELABORACIÓN: INEC	84
GRAFICO 21 ELABORADO POR: AUTORA.....	85
GRAFICO 22 ELABORADO POR: AUTORA	101

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 LA GUANÁBANA	4
ILUSTRACIÓN 2 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS. FUENTE: BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL	15
ILUSTRACIÓN 3 FUENTE HTTPS://WWW.QUEAPRENDEMOSHOJ.COM	23
ILUSTRACIÓN 4 LOGO DE LA EMPRESA. ELABORADO POR: AUTORA	26
ILUSTRACIÓN 5 ORGANIGRAMA ELABORADO POR: AUTORA	33
ILUSTRACIÓN 6 GOBIERNO CORPORATIVO ELABORADO POR AUTORA	36
ILUSTRACIÓN 7 DISEÑO DE TANQUES ELABORADO POR: AUTORA	43
ILUSTRACIÓN 8 DISEÑO EMPAQUE. ELABORADO POR AUTORA	43
ILUSTRACIÓN 9 MERCADO OBJETIVO.....	51
ILUSTRACIÓN 10 DISEÑO DEL PRODUCTO	74
ILUSTRACIÓN 11 CANAL DE DISTRIBUCIÓN, ELABORADO POR: AUTORA.....	75
ILUSTRACIÓN 12 CANAL DE DISTRIBUCIÓN, ELABORADO POR: AUTORA.....	75
ILUSTRACIÓN 13 PROPAGANDO, ELABORADO POR: AUTORA	76
ILUSTRACIÓN 14 PAGINA WEB, FUENTE: FRUTSAN	77
ILUSTRACIÓN 15 REVISTA MENSUAL, ELABORADO POR: AUTORA	78
ILUSTRACIÓN 16 PROPAGANDA	78
ILUSTRACIÓN 17 PROPAGANDA	78

ILUSTRACIÓN 18 ELABORADO POR AUTORA 102

INDICE DE ECUACIONES

ECUACIÓN 1 ELASTICIDAD 49
ECUACIÓN 2 DETERMINACION DE LA MUESTRA 53
ECUACIÓN 3 MUESTRA 54

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto pretende crear una industria de pulpa de guanábana 100% natural, sin la presencia de colorantes y perservantes que puedan alterar el sabor del producto.

FRUTSAN, es un negocio establecido en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, su propietaria la Sra. María Santana, quien ha venido desde hace más de 10 años impulsando el consumo de frutas no tradicionales en el país. La empresa se dedica a comercializar frutas muy poco conocidas como: Guayaba, Papaya roja, Guanábana, Níspero, Mamey colorado, Carambola, Mango de chupar y Marañón al por mayor a los principales minoristas e industrias del país. Todas estas frutas son cosechadas a base de injertos, teniendo un sabor único y diferente al de la criolla, además tiene su propio nicho de mercado. El principal mercado de Frutsan, es la ciudad de Quito mismo que consume el 90% de las principales frutas (Guayaba y Guanábana) que a pesar de tener elevados costos su comercialización no disminuye.

El proyecto consiste en instalar una planta procesadora de pulpa de guanábana, para su distribución a los mayoristas e industrias a nivel nacional. El estudio a realizarse, se enfoca en el conocimiento y experiencia que el negocio tiene acerca del consumo y comercialización de guanábana a nivel nacional, el cual ha sido muy rentable en los últimos años aumentando sus ventas. La industria será instalada en la vía a la costa en un amplio terreno, con una inversión total de \$110.800, del cual se tendrá un periodo de recuperación en los tres siguientes años, con unas ventas aproximadas a los \$250.000 anuales y resultados económicos positivos con una TIR del 33%. La empresa utilizara maquinas de tecnología actual que consumen menos luz y producen mucho mas.

El mercado objetivo, serán los mayoristas e industrias de las ciudades de Guayaquil, Quito, Ambato y Cuenca, mismos que en la actualidad un 60 % son clientes de Frutsan. Se escogió el mercado de

los mayoristas, porque según los resultados por medio de estos intermediarios el producto llega más rápido al consumidor final por su cantidad de compras del producto diariamente.

El empaque estará dividido en dos presentaciones; presentación mayorista (tienda, mercado) y presentación industria (fabricas, restaurantes). La presentación mayorista será en un empaque de plástico en forma cuadrada, con un peso de 1 kilo por cada empaque con todos los registros sanitarios. La presentación industria será en tanques con una capacidad de hasta 250 kilos, para pedidos mas aglomerados. Estos tanques son cubiertos con laminas especiales para que no se oxiden.

En Frutsan, la responsabilidad fundamental es asegurar estrictos estándares de inocuidad para los productos que se fabrican y distribuyen. Lo primordial es mantener la confianza del consumidor en nuestros productos, por eso la empresa se esforzara en proteger el producto y al consumidor a lo largo de la cadena de suministro, desde el principio hasta el final.

El equipo de trabajo serán los vendedores, personal administrativo y la mano de obra directa que se encargara de realizar el producto. Se considera que el proyecto será rentable y tendrá éxito porque se muestra una TIR positiva, y un periodo rápido de recuperación, sin olvidar que la empresa tiene la ventaja de estar ya posesionada en el mercado de los mayoristas como distribuidora de guanábana, lo cual ayudara a que las ventas se incrementen y el proyecto sea aun más rentable.

Palabras Claves: Guanábana, Pulpa, Despulpado, Congelador, Cultivar.

EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to create a 100% natural soursoup pulp industry, without the presence of dyes and preservatives that can alter the taste of the product.

Frutsan is a store established in Guayaquil City, Ecuador, its owner Mrs. Maria Santana has been for more than ten years promoting the consumption of non-traditional fruits in the country. The company distributing fruits as: Guava, soursoup, papaya, mango, nispero, mamey, satrfruit, nispero and cashew wholesale to major retailer and industries, all these fruits are harvested by grafts, having a unique flavor. The main market of Frutsan is Quito city, which consumes the 80% of the principal products (Guava and Soursoup), despite they have high cost, the sales do not decrease.

The project consists on installing a processing plant of soursoup pulp for distribution to wholesalers and industries. The study will take place, focuses on the knowledge and experience that the company has on the consumption and marketing nationally of soursoup, which has been very profitable in recent years. The industry will be installed in Via a la Costa, with a total investment of \$ 110,800, which will have a period of recovery in the next three years, with annual sales approximate \$ 250,000 having positive economic results with a IRR of 16%. The company will use technological machines that consume less electricity and produce more.

The target market will be wholesalers and industries in the cities of Guayaquil, Quito, Ambato and Cuenca, as today 60% are customers of Frutsan. This market was chosen because according to the results through these intermediaries the product reaches the end consumer faster by its amount of daily product purchases.

The package will be divided into two presentations, wholesale presentation (store, market) and industry presentation (factories, restaurants). The first presentation will be in a plastic square package, with a weight of 1 kilo per pack with all health records. The industry

presentation will be in tanks with a capacity of up to 250 kilos, more discount agglomerates. These tanks are covered with special sheets that will not rust.

In Frutsan, the primary responsibility is to ensure strict safety standards for products that are manufactured and distributed. The main thing is to maintain consumer confidence in our products, so the company's effort to protect the product and the consumer along the supply chain, from the beginning to the end

The administrative team will be sellers, administrative staff and employees that will make the product. It is considered that the project will be profitable and will succeed because it shows an attractive internal rate of return and fast recovery period, without mentioning that the company has the advantage of being already positioned in the wholesale market as a distributor of soursop, which will help sales to increase and the project will be even more profitable.

Key words: Soursop, Pulp, Pulping, Freezer, Cultivate

Résumé

Ce projet vise à créer une industrie de pulpe de corossol 100% naturel, sans la présence de colorants et conservateurs qui peuvent altérer le goût du produit.

Frutsan, est une entreprise établie dans la ville de Guayaquil, en Équateur, le propriétaire Mme. Maria Santana, qui a été pendant plus de 10 années à promouvoir la consommation des fruits non traditionnels dans le pays. En fait, l'entreprise se consacre à distribuer des fruits peu connus comme : la goyave, le corossol, la papaye, le nèfle, le mamey, la carambole, la mangue et la noix en grandes quantités à des détaillants et les industries. Tous ces fruits sont récoltés par greffage ayant une saveur unique. Le principal marché de Frutsan est la ville de Quito, qui consomme le 90% des principaux fruits (goyave et corossol), en dépit d'un coût élevé ne diminue pas la vente.

Le projet consiste en l'installation d'une usine de transformation de pulpe de corossol pour la distribution aux grossistes et aux industries. L'étude aura lieu, met l'accent sur les connaissances et l'expérience que l'entreprise possède sur la consommation et la commercialisation nationale de corossol, qui a été très profitable au cours des dernières années. L'industrie sera installée dans la Via a la Costa, avec un investissement total de 110 800 \$, ce qui aura une période de récupération au cours des trois prochaines années, avec des ventes annuelles d'environ \$ 250,000 avoir des résultats économiques positifs avec un TRI de 16%. La société va utiliser des machines technologiques qui consomment moins d'électricité et produisent plus.

Le marché cible sera les grossistes et les industries dans les villes de Guayaquil, Quito, Cuenca et Ambato, même qu'aujourd'hui 60% sont des clients de Frutsan. Ce marché a été choisi parce que, selon les résultats à travers ces intermédiaires le produit atteint le consommateur final plus rapidement par le montant de ses achats de produits quotidiens.

Le paquet sera divisé en deux présentations, présentation de gros (marchés) et de l'industrie de présentation (usines, restaurants). La présentation sera dans un carré de plastique gros paquet, avec un poids de 1 kilo par paquet avec tous les dossiers de santé. La présentation de l'industrie sera dans les réservoirs avec une capacité de jusqu'à 250 kilos, pour les commandes groupées. Ces réservoirs sont recouverts de feuilles spéciales qui ne rouille pas.

En Frutsan, la responsabilité première est d'assurer des normes de sécurité strictes pour les produits qui sont fabriqués et distribués. La chose principale est de maintenir la confiance du consommateur dans nos produits, si l'effort de l'entreprise pour protéger le produit et le consommateur le long de la chaîne d'approvisionnement, du début à la fin.

L'équipe de travail sera composé par des vendeurs, le personnel administratif et les opératives employés qui feront le produit. Il est considéré que le projet sera rentable et réussi, car il montre une période de récupération rapide et un TRI positif, sans mentionner que l'entreprise a l'avantage d'être déjà positionnée dans le marché de gros en tant que distributeur de corossol, ce qui aidera les ventes à augmenter et le projet sera encore plus rentable.

Mots-clés: Corossol, Pulp, pâte, Congélateur, Cultiver

INTRODUCCIÓN

La ubicación geográfica del Ecuador y sus cuatro regiones nacionales ofrecen diversos escenarios de tierras, clima y cultura para realizar la actividad más movida en el país que es la agricultura. Es así como más del 30% de la población subsiste de este trabajo.

En el Ecuador la agricultura ha sido el sector fundamental para el progreso de las familias y para el mantenimiento de la estructura económica del país, realizándose cada vez con más frecuencia debido a su disponibilidad de tierras, siendo así, que desde hace ya unos 15 años atrás se vienen cultivando la guanábana, fruta no tradicional poco conocida.

La guanábana está mereciendo cada vez más atención, por su gran contenido de vitaminas, aunque aún no ha sido explotada en su máximo nivel de producción. Esta fruta es cosechada en la región costa del país. Existe alrededor de 500 hectáreas sembradas en el país La productividad de esta fruta aumenta cada año. Así en las primeras cosechas se alcanza cinco toneladas, pero puede llegar hasta las 15 toneladas de hectárea, cada año.

Actualmente, la tendencia alimenticia del ser humano y la acelerada vida que lleva, obliga a las empresas a crear productos que sean fáciles de al momento de consumir. Producto de estos escenarios de la realidad humana, se han creado estrategias de mejoramiento en la producción agrícola, una de ellas es la extracción de pulpa natural a la fruta que permite, manipular la fruta con más facilidad sin perder sus nutrientes.

La pulpa se caracteriza por ser un producto, natural, nutritivo sin aditivos gracias a su mantenimiento en temperaturas bajas, siendo así desde el punto de vista nutricional muy buenas para el consumo humano. La pulpa también constituye gran ayuda al consumidor, porque ahorra tiempo y dinero

al momento de prepararla, y a la naturaleza porque no existe desperdicio de fruta alguno.

JUSTIFICACION

El comercio, es la actividad que genera ingresos para las familias y sustenta la economía de un país, dándole un impulso a mejorar los índices económicos. La actividad comercial en el Ecuador cada día es más activa para los ciudadanos porque se están creando varias microempresas a nivel nacional, lo que significa un sinónimo de progreso.

Un estudio realizado en el 2006 (Diario el Comercio), detallo que en el Ecuador el 21% de la población son empresas locales. Por lo que se considera que el sector comercial empresarial es parte fundamental para la creación de la riqueza de un país, así como la generación de importantes plazas de empleo, teniendo en cuenta que se establezca en el mercado a base de estudios y campañas de marketing. Arnol Lowenthal, experto internacional en microempresas, señala que hay muchos desafíos que afrontar como el de mantenerse en el mercado. *“Una microempresa exitosa es aquella que se mantiene al menos dos años. Su meta debe ser mantenerse y ser generadora de empleo aunque sea para una persona.”*

Para ello se presentara un estudio como fase primordial, para la creación de una microempresa de proceso, y elaboración de pulpa de Guanábana para los distribuidores a nivel nacional, en cual se destacara la viabilidad del negocio, mismo que se proyecta rentable por la demanda de este producto cuando es distribuido, debido a sus condiciones curativas, y aprovechando la tendencia del consumo de lo natural, las personas se preocupan de verse bien, de tener buena presencia, cuidado de la salud. La guanábana es un producto que se cosecha en el país, y que no se considera tradicional.

Este negocio, es un nuevo rubro que se abre en la economía sobre todo a los pequeños comerciantes que pueden verlo como un nuevo ingreso

para la economía de ellos, es una fruta que no ha sido promocionada se impulsara la agro producción se dará trabajo a los pequeños agricultores. Compraremos, procesaremos, y los distribuidores se encargaran de repartirlo al consumidor final.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

- Analizar la factibilidad de crear una planta procesadora de pulpa de Guanábana para el consumo de los ecuatorianos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los hábitos y actitudes del consumidor del producto a base de un estudio de mercado
- Estudiar la rentabilidad económica del proyecto
- Evaluar el proyecto para conocer la ganancias y perdidas
- Verificar segmentos de mercado para el producto

CAPITULO 1.- EVALUACION TEORICA DEL PROYECTO

MARCO TEORICO

ANTECEDENTES

LA GUANABANA



Ilustración 1 La guanábana

Fuente: www.elmundoal instante.com
(anonimo)

Sus orígenes son de las regiones tropicales de Suramérica, también conocida como: anona, lúcuma y graviola la guanábana es una fruta que desde su raíz hasta su fruto representa una gran cantidad de vitaminas para el ser humano.

Nombre común: Guanábana

Especie botánica: Anona muricata

Familia: Anonácea

Su árbol no es tan grande, se caracteriza por ser una fruta muy acida, en forma ovalada de color verde oscuro, su cáscara tiene espinas muy suaves y fáciles de desprenderlas, es una fruta muy carnuda con varias pepas de color negras. La fruta alcanza desde los 4 centímetros de longitud hasta los 30, su peso va desde 1 hasta 9 kilos. (Perroza)

Propiedades

La guanábana se destaca por su alto contenido en vitamina C, baja en azúcar y calorías.

Composición Nutricional de la Guanábana

Componentes	Contenido de 100 g. de parte comestible	Valores diarios en una dieta de 2000 calorías
Calorías	61.30-53.10	
Carbohidratos	14.63 g.	300 g.
Ceniza	60 g.	
Fibra	0.79 g.	25 g.
Grasa total	0.97 g.	66 g.
Humedad	82.8 g.	
Proteína	1.00 g.	
Ácido Ascórbico	29.6 mg.	60 mg.
Calcio	10.3 mg.	162 mg.
Fósforo	27.7 mg.	125 mg.
Hierro	0.64 mg.	18 mg.
Lisina	60 mg.	
Metionina	7 mg.	
Niacina	1.28 mg.	20 mg.
Riboflavina	0.05 mg.	1.7 mg.
Tiamina	0.11 mg.	
Tryptopan	11 mg.	

Tabla 1. Composición Nutricional de la Guanábana

Fuente: (Moos, 2013)

Se considera como principal propiedad de esta fruta su contenido de Acetogenina, misma que puede controlar el crecimiento de células cancerígenas, tumorales resistente a la Adriamicina, medicina que es utilizada en los procedimientos que quimioterapias. La guanábana, tiene una estrecha relación directamente con la cura del cáncer, por ser una

fruta rica en vitaminas, causando así un impacto muy fuerte en su producción a nivel nacional que, debido a los últimos informes del Instituto de Ciencias De La Salud de los Estados Unidos ICSEEU (2004) revela que, en efecto, esta fruta tiene efectos anticancerígenos y destruye al menos 12 tipos de tumores malignos.

VALOR NUTRITIVO POR 100GRS	
Humedad	82,8g
Calorías	61,3-53,1
Mineral	60g
Acido Ascórbico	29,6mg
Fósforo	27,7mg
Carbohidratos	14,63g
Calcio	10,3mg
Niacina	1,28mg
Proteína	1,00g
Grasa	0,97g
Fibra	0,79g
Hierro	0,64mg
Thiamine	0,11mg
Riboflavina	0,05mg
Vitamina A (B-carotene)	0

Tabla 2 Valor nutritivo de la pulpa de guanabana por 100 gramos. (Moos, 2013)

Pulpa de Guanábana

Su textura es muy suave de color blanco cremoso, puede ser empacada en fundas plásticas. Es un producto 100% natural mantenido en temperaturas bajas para no perder sus nutrientes. Su proceso de selección es muy riguroso para no perder su alto grado de vitamina C, y no contiene ni persegantes ni azúcar.

Características nutritivas de la Pulpa de Guanábana

PULPA	
Grados brix	17,0
Agua	78-82%
PH	3,85
Néctar	
Pulpa	17,8 %
Azúcar	10,7 %
Benzoato de sodio	0,02 %
Metabisulfito de sodio	0,02 %

Tabla 3 Características nutritivas de la pulpa de guanábana (Moos, 2013)

MARCO REFERENCIAL

Actualmente el sector del consumo de frutas, se encuentra en una etapa de expansión, especialmente en el segmento de pulpa de frutas procesadas. La industria de procesamiento de frutas, se califica por participar en un mercado altamente saludable y competitivo, existiendo empresas tanto nacionales como internacionales en el mercado ecuatoriano. Esto implica que las empresas cada día deben darle un valor agregado a los productos, obligando a las empresas a diversificar su producción, añadiéndole más vitaminas como lo es en este caso de la guanábana al ser un producto para el consumo de la salud.

La industria de pulpas

La población mundial, lleva un estilo de vida tan acelerado que dispone de muy poco tiempo, para realizar sus tareas del diario, hoy en día los productos de fácil preparación tienen una acogida muy importante, específicamente productos procesados de cocina como lo son las frutas, que debido a su desperdicio y a su dificultad de preparación se prefiere consumir en pulpas y néctar.

Comportamiento del mercado en el Ecuador

El mercado de pulpas en el Ecuador es sumamente atractivo para el inversionista, ya que el país cuenta con estructura necesaria para la agricultura de esta fruta. No obstante, esta industria aun no explota a su máximo nivel por el bajo consumo y la baja promoción que le realizan las industrias a la pulpa. Actualmente, existen pocos competidores a nivel nacional de pulpa de frutas que presentan sus diseños en los principales centros de compras como: Supermaxi y Mi Comisariato, la mayoría de ellos exportan su fruta debido al bajo consumo y el poco conocimiento de las personas hacia este producto.

Una de las principales preferencias del consumidor, al comprar la pulpa es por la facilidad que esta da al prepararla.

En el Ecuador, según Ana Cecilia Andrade, de Ali-pro Frutierrez,(DIARIO EL HOY, 2008)“las frutas de mayor demanda son la mora y la guanábana. Esta última, señala Andrade, tiene un precio alto a comparación de las frutas tradicionales, pero es preferida por todos los consumidores”.

Industria de pulpas en el Ecuador

Las industria de frutas procesadas en el país, han venido en alza en los últimos años, aumentando su producción pero no así aumentando su capacidad de abastecer a todas las provincias, debido a que la mayoría de sus productos son enviados al exterior por el poco consumo interno.

Actualmente, esta fruta está siendo consumida en el país a base de proceso y deshidratación, en la región sierra con más frecuencia, por su alta demanda de los mayoristas y fabricas procesadoras, para la venta al consumidor final que prefiere consumir la pulpa de la guanábana antes que comprar la fruta entera, por ser una fruta muy dificultosa para hacer jugo siendo así, uno de los principales problemas su preparación al momento de consumirla.

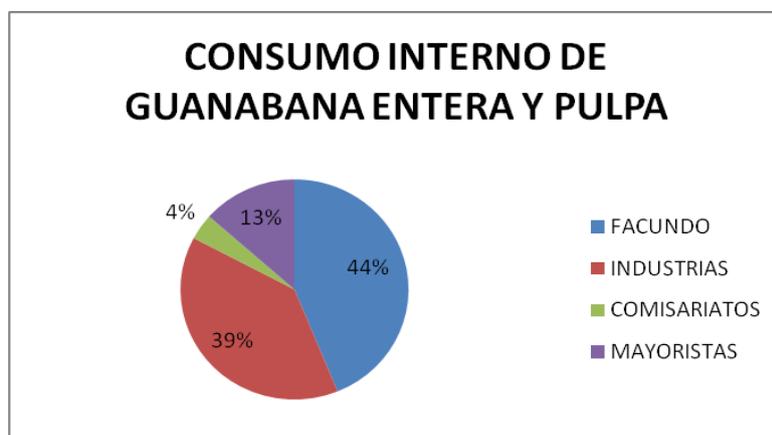


Grafico 1 Consumo interno de guanábana entera y pulpa

En el Ecuador, la situación actual del consumo de frutas en general ha mejorado por lo que los ecuatorianos están preocupados un poco por su salud y están optando por consumir frutas naturales, siendo esto un punto a favor para el consumo de la guanábana. Seis de cada diez personas prefieren consumir guanábana procesada, el problema se genera en ellos al momento de comprarla porque es muy dificultoso encontrarla.

La guanábana, al pertenecer al grupo de frutas no tradicionales no registra información detallada, presentando reducida información censal.

El incremento de esta industria, también se debe a un gran aporte de la agricultura en el Ecuador, pues es la materia prima principal de este producto. En los últimos años el cultivo de la guanábana se ha disparado, aprovechando sus cualidades nutritivas, es una de las preferidas al momento de escoger una pulpa. Actualmente, no existe un dato estadístico exacto de la producción de guanábana por ser una fruta no tradicional

Diferentes formas de consumo de la fruta procesada

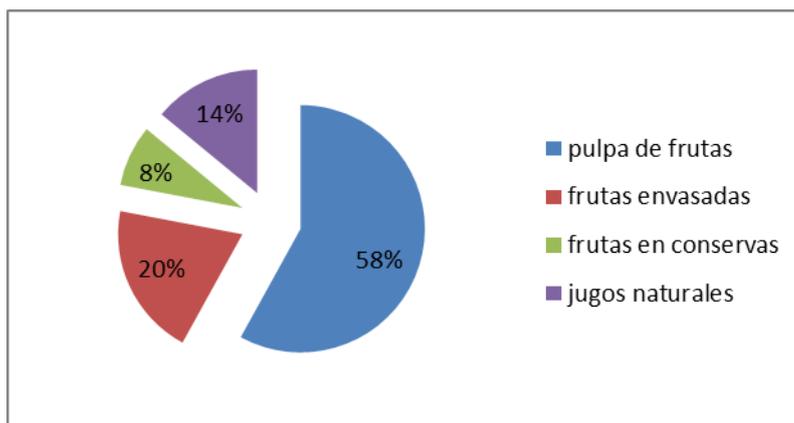


Grafico 2 Diferentes formas de consumo, fuente : tododelaguanabana.blogspot.com

Rendimiento de Pulpas

PULPA DE FRUTAS
Naranja
Guanábana
Piña
Naranja
Mora
Maracuyá
Manzana

Tabla 4 Rendimiento de pulpas

Fuente: Industrias Alimenticias

Elaborado por: Autora

Comportamiento del mercado a nivel internacional

Los principales países productores de pulpa de guanábana a nivel mundial son: Perú, Ecuador, Chile, México y Colombia debido a su producción agrícola de esta fruta.

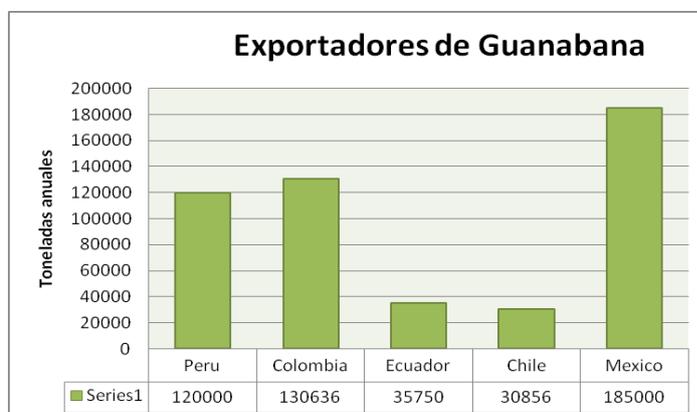


Grafico 3 Exportadores de Guanabana

El principal país importador de pulpa de frutas es Estados Unidos. A pesar de los altibajos mostrados en la segunda mitad de la década de los 90's, las importaciones de EE.UU. de frutas han crecido sostenidamente con una participación de más del 30%.

Principal importador de frutas procesadas

EE.UU. : Importación de Frutas Según Presentación
Part. % 2004 - US\$



Elaboración: CENTRUM Católica

Fuente: US International Trade Commission

Gráfico 4 importaciones de EEUU. (CATOLICA)

MARCO LEGAL

En el Ecuador, existen leyes para constituir una empresa alimenticia, misma que están reguladas por ordenanzas y deben ser tomadas en cuenta a la hora de encaminar una actividad industrial.

PERMISOS LEGALES PARA LA CONSTITUCION DE UNA EMPRESA

Para constituir una empresa se debe obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC), mismo que se lo debe adquirir en el Servicio de Rentas Internas (SRI), ubicado en El World Trade Center norte de la ciudad de Guayaquil. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras. Los documentos necesarios para obtener el mencionado documento son los siguientes: Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil; original y una copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil; una copia a color de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa; y, original y una copia de una planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o consumo de agua de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realizar este trámite.

Una vez obtenido el RUC la empresa estará obligada a realizar la declaración anual de impuesto a la renta, la declaración mensual de impuesto al valor agregado (IVA) y a llevar la contabilidad de la compañía (SRI, 2011). (www.sri.gob.ec)

Permiso de Funcionamiento de los Bomberos



Ilustración 2 permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos. Fuente: Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil (benemerito cuerpo de bomberos de guayaquil)

El siguiente proceso es obtener el Permiso Funcionamiento de los Bomberos. Para este paso es necesario solicitar previamente una inspección de los uniformados en la que se debe cumplir con la obtención de los extintores de incendios que serán instalados por miembros del Benemérito Cuerpo de Bombero de Guayaquil según las dimensiones y la distribución física de las instalaciones de la empresa, su trámite dura aproximadamente 4 días laborables y debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes:

- ✓ Original y una copia del RUC actualizado
- ✓ copia de la escritura de constitución de la empresa
- ✓ copia del nombramiento del representante legal de la compañía,
- ✓ copia a color de la cédula de identidad y una
- ✓ copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la factura original de la compra de los extintores de incendios.

Permiso Sanitario

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Descripción:

Certificar que se encuentra vigente el Registro Sanitario en alimentos.

Requisitos:

- Solicitud suscrita por el representante legal o responsable técnico de la empresa dirigida a la Dirección de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.
- Copia legible del Registro Sanitario
- De ser posible el Registro Sanitario original.
- Comprobante de \$ 10,00 dólares, depósito en la Cuenta No. 060014382-7, Banco Internacional, a nombre del Ministerio de Salud Pública (para Quito)
- Comprobante de \$ 10,00 dólares de Depósito en la Cuenta No. 3245490404, Banco de Pichincha sublínea 190499, a nombre del Ministerio de Salud Pública. (para Guayaquil)

Procedimiento:

- Recepción de la solicitud.
- Verificación de la autenticidad del mismo, mediante los archivos electrónicos y documentales.
- Solicitud a Secretaria General del MSP para la legalización del documento.
- Entrega de la copia certificada al interesado. Dónde: Av. República del Salvador N° 950 y Suecia Costo: Diez dólares (\$ 10) por cada certificación.

Tiempo Estimado de Entrega:

Depende del número de productos solicitados, tiempo máximo 72 horas.

Teléfonos generales: (593) 02 3814400, extensión 1210. (ministerio de salud publica)

Permiso para rodaje del transporte

Para poder matricular los camiones distribuidores de la compañía se necesita que estos estén matriculados y para realizar ese procedimiento se debe

- ✓ Pertener a un cooperativa de transporte o
- ✓ Tener RUC de agricultor

La empresa ha decidido pertenecer a una cooperativa de transportes, la cual le facilitara el rodaje por las vías del Ecuador.

La Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Seguridad Alimentaria Nutricional. (soberanía alimentaria)
(CONSTITUCION POLITICA Y LEY DE SEGURIDAD ALIMENTARIA)

“Que la Constitución Política de la República, en el artículo 23 garantiza el derecho de las personas a una calidad de vida que asegure la salud, alimentación y nutrición, entre otros;”

Art. 1.- Se determina como política de Estado y acción prioritaria del Gobierno Nacional a la seguridad alimentaria y nutricional, comprendida como un derecho humano que garantiza la capacidad de abastecimiento con garantía de acceso físico y económico de todos los habitantes a alimentos sanos, nutritivos, suficientes, inocuos, de buena calidad y concordantes con la cultura, preferencias y costumbres de la población, para una vida sana y activa.

Art. 5.- Literal b).- Distribución.- Implementará las acciones necesarias para que la población acceda, preferentemente, en forma directa a alimentos sanos, inocuos y de calidad, propiciando la relación productor –consumidor final, limitando y de ser posible eliminando la cadena de intermediarios, previo a que los productos lleguen al

consumidor final, especialmente en lo relacionado con los pequeños y medianos productores.

Art. 5.- Literal.- e).- Consumo.- El Sistema garantizará la calidad y cantidad de productos que satisfagan las necesidades de alimentación y nutrición de las personas y la utilización adecuada de los alimentos por parte de la población, tomando en consideración la asistencia alimentaria y nutricional a grupos vulnerables, la vigilancia de la calidad, cantidad e inocuidad de los alimentos, la defensa de los consumidores, la educación alimentaria nutricional.

Art. 21.- Literal a).- El control de precios en aquellos productos que tengan precio oficial, la calidad e inocuidad de los alimentos y el desarrollo de la producción nacional, mediante la expedición de normas y regulaciones necesarias para alcanzar los objetivos del Sistema Nacional de Seguridad

Alimentaria y Nutricional;

Art. 21.- Literal d).- El desarrollo, la producción, manipulación, uso, almacenamiento, transporte, distribución, importación, comercialización y expendio de alimentos para consumo humano, que sean o contengan productos genéticamente modificados, está prohibido mientras no se demuestre mediante estudios técnicos y científicos, su inocuidad y seguridad para el consumidor y el ambiente.

MARCO CONCEPTUAL

- ❖ **Recepción:** proceso de recibo de la fruta en la cual se pesa y se analiza la calidad con el fin de obtener los rendimientos finales.
- ❖ **Adecuación:** desinfección, recepción, lavado, selección y clasificación de la guanábana.
- ❖ **Selección:** consiste en eliminar todo elemento que no presente condiciones aceptables para los propósitos a los cuales serán destinados.
- ❖ **Clasificación:** es la separación de las materias primas (guanábana), con el propósito de obtener una óptima calidad en el producto final.
- ❖ **Pelado:** remoción de la corteza o cubierta externa de las frutas.
- ❖ **Escaldado:** proceso de tratamiento térmico corto que se puede aplicar a las frutas con el propósito de ablandar los tejidos y aumentar los rendimientos durante la obtención de pulpas disminuyendo la contaminación superficial de las frutas que puede afectar las características de color, sabor, aroma y apariencia de las pulpas durante la congelación y descongelación.
- ❖ **Industria Manufacturera:** operaciones destinadas a la obtención, transformación y transporte de materias primas .incluye de las empresas cuya actividad consiste en la transformación de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, ya sea que el trabajo se efectúe a máquina o a mano en fábrica o a domicilio y que los productos se vendan al mayor o al por menor.

- ❖ **Molido:** consiste en reducir las frutas enteras a un troceado en pequeñas partículas con el fin de romper la estructura natural y así facilitar su posterior separación en el proceso de despulpado.

- ❖ **Pasteurización:** Esterilización de pulpas mediante la elevación de su temperatura a un nivel inferior al de su punto de ebullición durante un corto tiempo, enfriándolo después rápidamente con el fin de destruir los microorganismos sin alterar la composición y cualidades del líquido

- ❖ **Procesamiento:** obtención de pulpa de frutas congelada. El procesamiento de las pulpas de frutas se puede dividir en tres grupos: adecuación, separación y conservación.

- ❖ **Pulpa de Fruta:** producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.

- ❖ **Refinado:** proceso por el cual la pulpa ya obtenida se pasa por una malla fina con el fin de obtener una pulpa más pura y menos fibrosa.

- ❖ **Almacenamiento:** consiste en guardar la guanábana en cantidades, una vez terminado su proceso hasta su posterior distribución.

CAPITULO 2.- ANALISIS DE LA INDUSTRIA

Una empresa siempre tiene que tener claro los elementos externos del entorno, ya que estos siempre pueden afectar la estructura organizacional. Mediante el macro entorno se analizara, el nivel de la competencia directa e indirecta escogiendo como prioridad, el crecimiento de las empresas en Ecuador, el macro entorno constituye: Fuerzas demográficas, económicas, ambientales.

El Ecuador, como ya se conoce un país de alto progreso en la agricultura; posee una gran variedad agro-ecológica favorable para una amplia producción de frutas sin embargo cuando hablamos de agricultura de guanábana, los datos estadísticos de acuerdo a su producción no son relativamente altos, al ser esta fruta no tradicional. No obstante, el no desarrollo de esta fruta se da por la falta de capacidad de inversionistas, y por temor a invertir en una cosecha que se torna larga para esperar resultados.

Fruitsan tiene la ventaja de que ya está incorporada en el mercado, teniendo sus proveedores y clientes fijos, lo cual será beneficioso al momento de distribuir el producto.

ANALISIS PEST

Político/Legal

- Permiso sanitario
- RUC
- Permiso de Bomberos
- Estabilidad política
- Patente Municipal
- Tramites SRI
- Burocracia política

- Crédito para las pequeñas y medianas empresas
- Estabilidad Política

Económico

- Producción Agrícola del país
- Ecuador país en vías de desarrollo
- Impuestos
- Inflación
- Pib

Social

- Impuestos al medio ambiente
- Salud de las personas
- Tasa de crecimiento poblacional
- Las personas buscan más facilidad de preparamiento de jugos
- Delincuencia
- Cultura

Tecnológico

- Comercio electrónico
- Poca participación del país en tecnología
- Nuevos camiones de transporte, monitores

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

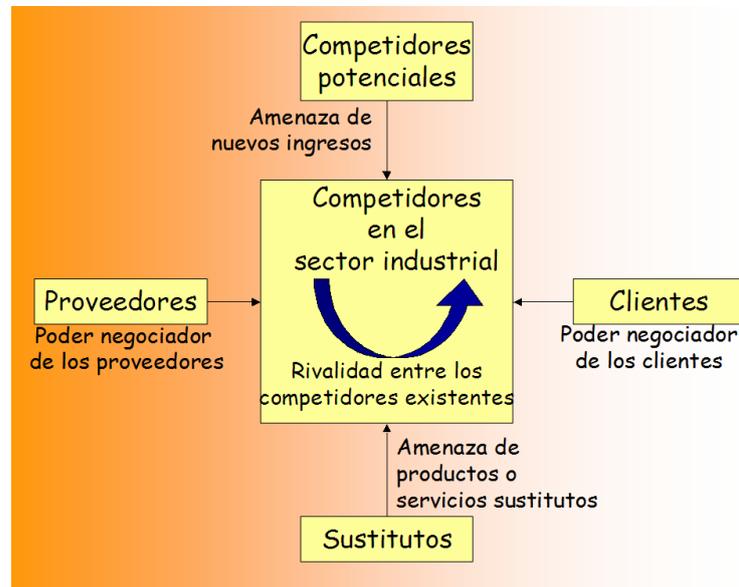


Ilustración 3 fuente: www.queaprendemoshoj.com)

Rivalidad de los competidores

Se considera un poco complicado, entrar en un segmento de mercado donde existen muchos competidores muy bien posesionados lanzando promociones de sus productos a diario. Hoy en día, nuestro máximo competidor es Fadesa, quienes tienen sus propias haciendas y cultivos de guanábana, establos de agricultura y maquinarias de primer nivel. No obstante ellos tienen una forma distinta de distribuir y procesar su producto.

Amenaza de nuevos competidores

Al intentar ingresar a un nuevo mercado, siempre existirán barreras de entrada, lo cual es una desventaja para los nuevos competidores. En la industria de pulpas de guanábana es complicado porque la fruta pertenece al grupo no tradicional, lo cual se torna no atractivo para las empresas nacionales o internacionales.

Productos sustitutos

Los productos sustitutos, que ingresan al mercado son los que ponen un tope final al precio el cual hace cambiar de opinión al consumidor. Aunque hoy en día, dentro de la alimentación nutricional de las personas está el consumo de jugos de frutas 100% naturales necesarios para el mejoramiento de la salud, la pulpa de guanábana contiene muchas vitaminas y es baja en calorías ayudando a complementar el sistema inmunológico.

Entre los productos sustitutos tenemos:

- ✓ Jugos naturales
- ✓ Yogurt
- ✓ Agua mineral

Poder de negociación de los proveedores

Un mercado no es atractivo, cuando existen pocos proveedores muy bien organizados porque tienden a imponer sus condiciones y elevados precios. La guanábana, al ser un producto no tradicional será costoso su precio, pero así mismo complicado su distribución, en el caso de nuestro país la compra de guanábana es costosa y hay pocos competidores.

Poder de negociación los clientes

Cuando los clientes están muy bien organizados, la interactividad del mercado tiende a no ser atractiva porque ellos exigirán precios bajos. En el caso de la pulpa hay una excepción, al ser un producto no tradicional y muy nutritivo, el cliente tiende a comprarlo sin reclamo alguno.

CAPITULO 3.- ADMINISTRACION Y PLANIFICACION DEL PROYECTO

LA EMPRESA

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

Frutsan, actualmente se dedica a la distribución de frutas frescas no tradicionales a nivel costa y sierra siendo Quito su mayor mercado, el pequeño negocio aún no está establecido en la superintendencia como empresa y la idea es ampliar su gama aplicando una integración hacia adelante.

La industria se constituirá como empresa ecuatoriana, dedicada netamente a la distribución de pulpa de guanábana a los minoristas e industrias dedicadas a realizar jugos, gelatinas, lácteas, etc. La empresa propone comercializar un producto saludable, rico en vitaminas y minerales para de esta manera contribuir al mejoramiento de la salud y la dieta alimenticia de las personas.

La empresa ofrecerá un producto 100% natural, con estándares de calidad, salubridad y registros sanitarios totalmente en reglas, lo cual generara énfasis en sus compradores. Además, no solo se prevé posesionarse en el mercado interno, una vez siendo reconocido a nivel nacional, se proyectara realizar cultivos de guanábana y de otras frutas para seguir ampliando su gama de productos, para la exportación a nivel internacional.

La empresa contara con maquinarias de primer nivel, para poder satisfacer la demanda. Además, se realizara publicidad del producto para aumentar su consumo a nivel nacional.

NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre escogido de la empresa, es “FRUTSAN” porque es un pequeño negocio ya establecido en el mercado con nombre comercial que ahora se establecerá como empresa. Al escoger, un nombre de una industria siempre se deberá tomar muy en cuenta la relación nombre-actividad de la empresa, en este caso Frutsan, tiene relación con las frutas y el apellido de la dueña Santana. Frutas Santana.

SLOGAN

“Disfruta lo natural”

LOGO



Ilustración 4 logo de la empresa. Elaborado por: Autora

TIPO DE EMPRESA

La empresa será constituida como compañía de responsabilidad limitada es la que se constituye entre dos o más personas, el capital mínimo para constituir este tipo de sociedades es de \$3,000 por lo que adecuado para este tipo de negocio.

Poniendo énfasis en el aspecto jurídico:

Art. 93.- *La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.*

Art. 94.- *La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.*

Art. 95.- *La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.*

Art. 96.- *El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.*

Tabla 5 tipos de compañías en el Ecuador. Elaborado por: Autora. Fuente: Superintendencia de Compañías (Superintendencia de compañías)

Tipo de Compañía	No. De socios	Capital
En nombre colectivo	2 o mas	Aporte de cada socio
Comandita simple y dividida por acciones	1 o varios	-----
Responsabilidad limitada	3 o más personas	Aportación de los socios
Dividida por acciones	2 o mas	Aportación de los socios
De economía mixta	2 o mas	-----

ACCIONISTAS

Según el gobierno corporativo de la empresa, las accionistas de “Frutsan” Cía.Ltda.son:

Nombre	Nacionalidad	Monto	C.I.
María Santana	Ecuatoriana	50% capital social	1307115608
Daniela Vargas	Ecuatoriana	30% capital social	1307677680
Josselyn Vargas	Ecuatoriana	20% capital social	092563156

Tabla 6 Accionistas Elaborado por: Autora Fuente: Autora

C.V. RESUMIDO DE LAS EMPRENDEDORAS

CURRICULUM VITAE

VARGAS SANTANA MARIA DANIELA

FECHA DE NACIMIENTO: 19/03/1991

ESTADO CIVIL: SOLTERA

CORREO ELECTRONICO: Daniela91_vargas@hotmail.com

Teléfono: 2151123 - 2151927

Celular: 0988296780



FORMACION ACADEMICA:

SECUNDARIA: COLEGIO EXPERIMENTAL DR: "JORGE CARRERA ANDRADE"

TITULO: BACHILLER EN ADMINISTRACION Y CIENCIAS CONTABLES

SUPERIOR: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL

TITULO: INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL
TRILINGUE

MENCION: LOGISTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL

EXPERIENCIA PROFESIONAL:

SUPAN: ASISTENTE DE CONTABILIDAD

1 MES

SURF STYLE: ADMINISTRACION, VENTAS

3 MESES

FIRMA ACCIA: AUDITORA (NORLOP THOMPSON Y GRUPO SOYODA)

3 MESES

FRUTSAN: ASISTENTE FINANCIERA, LOGISTICA VENTAS Y
DISTRIBUCION

2 AÑOS

IDIOMAS:

INGLES: INTERMEDIO

FRANCES: INTERMEDIO

TALLERES Y SEMINARIOS:

CURSOS DE INGLES: COPOL ENGLISH INSTITUTE

INTERCAMBIO: INGLES AVANZADO, EEUU

SEMINARIO: UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMA, NEGOCIOS

TALLERES: CAPACITACION TRIBUTARIA, ECUADOR SRI

SEMINARIO: APERTURAS COMERCIALES CHINA-ECUADOR, UCSG

SEMINARIO: YASUNI-ITT, UCSG

REFERENCIAS:

ING. KERLY PALMA DE LA CRUZ 2503413

BANCO PICHINCHA

JULIO RIVERA DUMANI 2230158

LOGOS ACADEMY CAMPUS

Administración de la empresa

El personal administrativo de Frutsan es:

María Santana como Gerente general

Funciones del Gerente General:

- ✓ Representar legalmente, Judicial y Extrajudicialmente a la empresa
- ✓ Fijar la remuneración de los empleados
- ✓ Presentar el Presupuesto Anual
- ✓ Controlar los fondos y bienes de la compañía bajo su responsabilidad
- ✓ Responder por los Valores y bienes de la compañía.
- ✓ Responsable de la toma de decisiones más adecuadas para la empresa.
- ✓ Vigilar que los procesos en los diferentes departamentos se cumplan a cabalidad.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta de socios.
- ✓ Celebrar en nombre de la sociedad todos los actos y contratos relacionados con el correcto desarrollo del objeto social.
- ✓ Realizar un informe de su gestión a la junta general de socios.

Daniela Vargas como Gerente región sierra

Funciones de la Gerente región sierra y costa

- ✓ Cautivar el mercado de la región
- ✓ Controlar la distribución de la mercadería
- ✓ Desarrollar informes mensualmente de las entregas
- ✓ Controlar los precios
- ✓ Elaborar reportes financieros

Organigrama

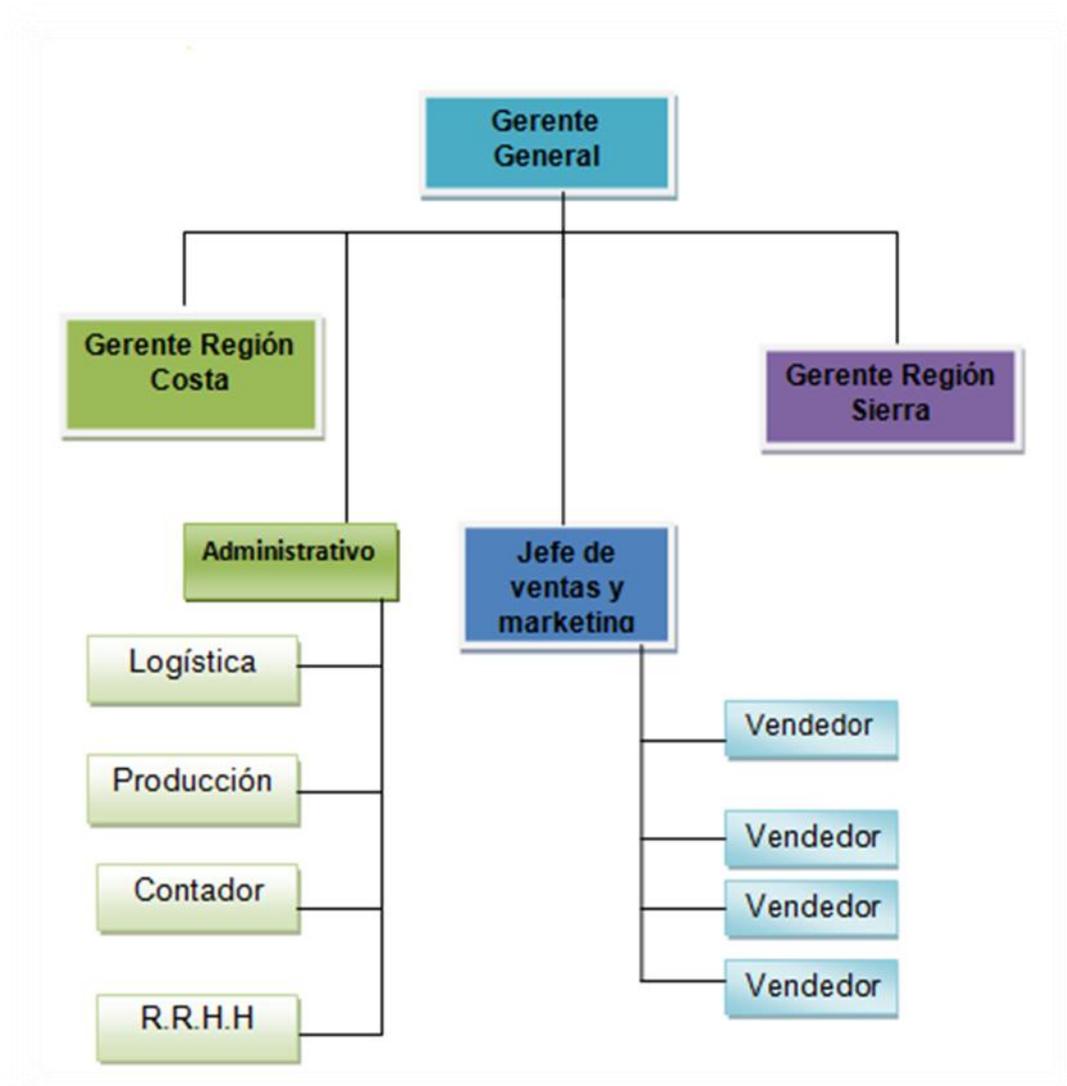


Ilustración 5 Organigrama Elaborado por: Autora

Distribución de funciones y responsabilidades

Gerente General:

- ✓ Representar legalmente, Judicial y Extrajudicialmente a la empresa
- ✓ Fijar la remuneración de los empleados
- ✓ Presentar el Presupuesto Anual
- ✓ Controlar los fondos y bienes de la compañía bajo su responsabilidad
- ✓ Responder por los Valores y bienes de la compañía.
- ✓ Responsable de la toma de decisiones más adecuadas para la empresa.
- ✓ Vigilar que los procesos en los diferentes departamentos se cumplan a cabalidad.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta de socios.
- ✓ Celebrar en nombre de la sociedad todos los actos y contratos relacionados con el correcto desarrollo del objeto social.
- ✓ Realizar un informe de su gestión a la junta general de socios.

Gerente Región Costa

- ✓ Cautivar el mercado de la región
- ✓ Controlar la distribución de la mercadería
- ✓ Desarrollar informes mensualmente de las entregas
- ✓ Controlar los precios
- ✓ Elaborar reportes financieros
- ✓ Reportar al gerente general cualquier anomalía
- ✓ Presionar a los departamentos para una mejor distribución
- ✓ Contactar al gerente región sierra para reporta informes

- ✓ Estar al día con los precios

Gerente Región Sierra

- ✓ Cautivar el mercado de la región
- ✓ Controlar la distribución de la mercadería
- ✓ Desarrollar informes mensualmente de las entregas
- ✓ Controlar los precios
- ✓ Elaborar reportes financieros
- ✓ Reportar al gerente general cualquier anomalía
- ✓ Visitar los mercados mayoristas

Jefe de Ventas y Marketing

- ✓ Promocionar el producto
- ✓ Participar en ferias laborales
- ✓ Capacitar a los vendedores
- ✓ Cautivar más clientes
- ✓ Analizar el mercado
- ✓ Establecer precios
- ✓ Realizar estudios de mercados

Jefe Administrativo

- ✓ Controlar los cuatro departamentos de la empresa
- ✓ Controlar la distribución de los productos
- ✓ Estar al día en la contratación del personal
- ✓ Coordinar las reuniones de los gerentes

Gobierno Corporativo

Somos la Compañía “Frutsan” de Responsabilidad Limitada, misma que está conformada por tres socios todos de nacionalidad ecuatoriana y con capacidad civil. La compañía está legalmente constituida en este país, teniendo como domicilio principal la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, País Ecuador.

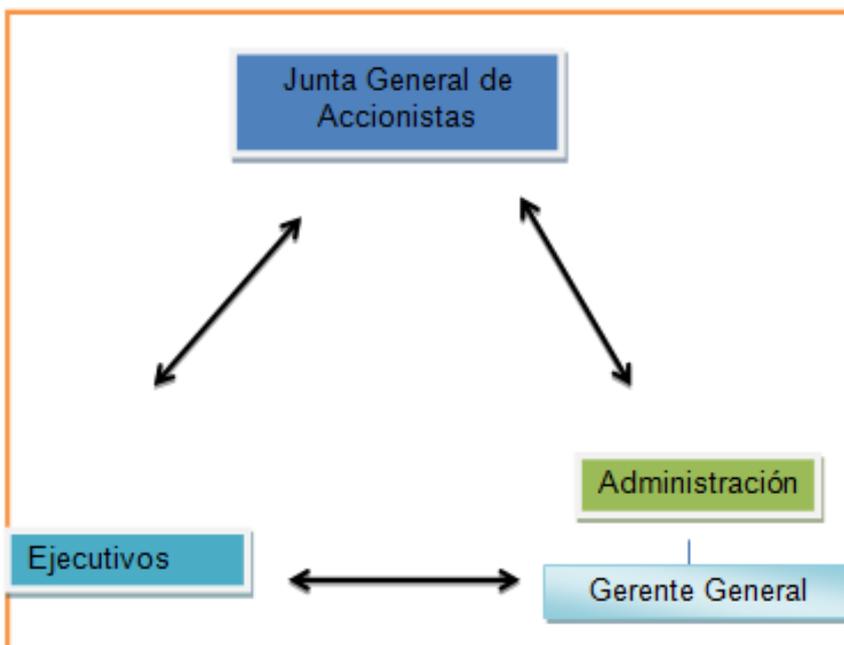


Ilustración 6 Gobierno Corporativo Elaborado por Autora

La empresa siempre ha cumplido con la Comisión, así como otros requisitos normativos, para regular y mejorar su estructura de gobierno corporativo y formaron juntas de accionistas, un Consejo de Administración y los correspondientes comités especiales del Comité y un equipo de dirección y juntas ejecutivas a todos encabezados por un Presidente. Estos organismos coordinan para comprobar y equilibrar los poderes entre sí, así como a desempeñar sus funciones de una manera

regulada. La compañía ha sido la regulación de su gestión interna y operaciones de manera estricta de acuerdo con sus Estatutos, el trabajo manual de la Junta de Directores, Organización y Reglamento Interno de la Comisión. La Compañía también ha proporcionado a todos los participantes en el mercado y las autoridades reguladoras con información oportuna, exacta, completa y fiable de la empresa, tratando de mejorar el valor de la empresa.

Por lo tanto, como aportación inicial está el Plan de Negocio, realizado por Daniela Vargas Santana que vienen a ser socia de la compañía. Su presente aportación representa el 30% del capital social, de igual manera la Señora María Santana con un 50 % del capital social y la Srta. Josselyn Vargas Santana con un 20% de capital social el mismo que es dividido en partes iguales para sus respectivas aportaciones.

También se cuenta con la aportación de un terreno valorado en \$30000 (treinta mil dólares americanos) con una extensión de 12x20 metros, que es el lugar donde se construirá la planta de producción de la empresa, (Ver Micro-localización), a más de eso se hace un aporte en efectivo de \$20000 (Veinte mil dólares americanos), la sumatoria de los 2 valores da como resultado \$50000(Cincuenta un mil dólares americanos), valor que es dividido equitativamente entre las tres accionistas de la empresa: María Santana, Daniela Vargas y Josselyn Vargas Las aportaciones en efectivo realizadas por los accionistas no son reembolsables, es decir que dicho aporte será considerado patrimonio de la empresa.

BASE EMPRESARIAL

Misión

Ser la compañía que distribuye frutas procesadas más exitosa, que contribuya al desarrollo agrícola y agroindustrial del país, enmarcada por los principios éticos y morales, creando valor para nuestros clientes, empleados, proveedores y consumidores finales.

Visión

Ser reconocidos a nivel mundial en el mediano plazo, como una empresa agrícola y la calificación de alto rendimiento para la producción eficiente y la comercialización de nuestros productos, mejorando la productividad y la rentabilidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad social hacia la comunidad de la empresa

Respetar los derechos humanos de las condiciones dignas de trabajo que promueven la salud, la seguridad, el desarrollo humano y los trabajadores profesionales. Asegurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.

La responsabilidad social hacia el medio ambiente

Respetar el medio ambiente evitando cualquier posible contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y la energía.

"Siembra tu vida, limpia tu barrio" es una Campaña que FRUTSAN organizado todos los años con la comunidad para mejorar las condiciones en que las personas de determinado barrio viven de las plantas cosechadas, pintar las casas y limpiar la zona.

Responsabilidad social con la comunidad externa

"Siembra tu vida, Limpia tu barrio"

FRUTSAN, funciona todo el año con un barrio situado en el norte de la ciudad, hace 3 años inauguraron un comité con la participación de los vecinos del barrio de la comunidad y organizar cuatro eventos al año para la fiesta de Navidad para los niños de esa comunidad.

Principios y valores

La empresa como toda institución tendrá sus principios y valores que deberán ser respetados por cada uno de las personas que la integren

Valores

Honestidad: Actuaremos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.

Lealtad: Velamos por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.

Convivencia: Mantenemos la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.

Respeto: Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.

Solidaridad: Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Justicia: Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.

Pertenencia: Realizamos nuestro proyecto de vida compatible con el proyecto laboral, manteniendo el deseo y la motivación de aportar al desarrollo institucional mediante nuestra capacidad intelectual y física.

Tolerancia: Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

Principios

Responsabilidad: La empresa será responsable con todos sus empleados cumpliendo con lo ofrecido a ellos, así mismo, con sus clientes será la responsable de brindarles un producto de calidad y seguro para el consumo.

Puntualidad: Este será el más importante pues todos los pedidos acordados serán entregados a tiempo, para no tener quejas de algún cliente.

Calidad: Para que el cliente este satisfecho del producto, es necesario brindarles algo de primer nivel, que cuando se lo consume se delicioso para el paladar del cliente.

Servicio: El servicio brindado a nuestros clientes será único, ellos no tendrán que esperar, la comodidad de la entrega de los

productos a tiempo y en buen estado su atención será personalizada.

FODA

Fortalezas

- ✓ Materia prima ecuatoriana
- ✓ Marca ya registrada en el mercado
- ✓ Fácil acceso a la materia prima
- ✓ Conocimiento del mercado
- ✓ Experiencia en el mercado

Oportunidades

- ✓ Posibilidad de ampliar el mercado al extranjero
- ✓ Demanda insatisfecha
- ✓ La época de cosecha es todo el año

Debilidades

- ✓ Compra de maquinaria
- ✓ Cuando la fruta madura, esta merma.

Amenazas

- ✓ El clima
- ✓ Tecnología
- ✓ Productos sustitutos
- ✓ competencia
- ✓ Problemas de plagas

CAPITULO 4.- MERCADEO Y COMERCIALIZACION

PRODUCTO

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El producto que se comercializara será Pulpa de Guanábana. La clase de guanábana que se escogió es la guanábana injertada de tipo: Colombina y Chivería para obtener los más altos estándares de calidad, ya que esta fruta cuando es injertada tiene un mejor rendimiento y duración que la cosechada normal.

La idea es mejorar la nutrición alimenticia del Ecuador, ya que desde el año 2003, se está escuchando muy fuerte las noticias por distintos medios de comunicación, acerca de los poderes curativos de la guanábana, y su potencial contra enfermedades malignas. La guanábana también conocida como Graviola originaria de América Latina, se cultiva en las partes más tropicales de este continente, específicamente en Perú, Colombia y Ecuador.

La guanábana, tiene una estrecha relación directamente con la cura del cáncer, por ser una fruta rica en vitaminas, causando así un impacto muy fuerte en su producción a nivel nacional que, debido a los últimos informes del Instituto de Ciencias De La Salud de los Estados Unidos ICSEEU (2004) revela que, en efecto, esta fruta tiene efectos anticancerígenos y destruye al menos 12 tipos de tumores malignos.

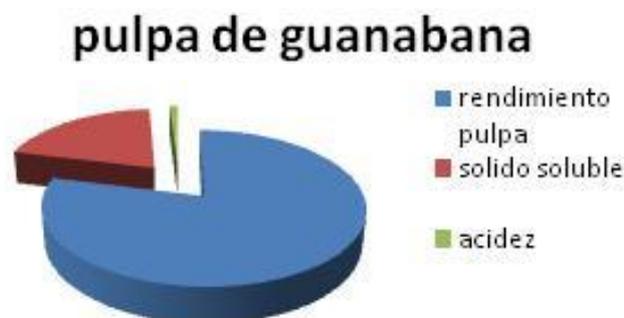


Grafico 5 rendimiento de pulpa de guanábana

Diseños Del Producto

El producto tendrá dos presentaciones debido a que la empresa entrega a dos mayoristas diferentes como lo son las industrias procesadoras como los mayoristas de las ciudades.

Presentación Por Tanques

Este diseño será para las industrias alimenticias ya que sus pedidos son por cantidades muy altas a la semana.

Estos tanques tienen una capacidad de 250 kilogramos.



Ilustración 7 Diseño de tanques Elaborado por:
Autora

Presentación En Empaque Plástico

Esta presentación será para entregar a los clientes minoristas, mayoristas. El peso de este empaque es de 1 kilogramo

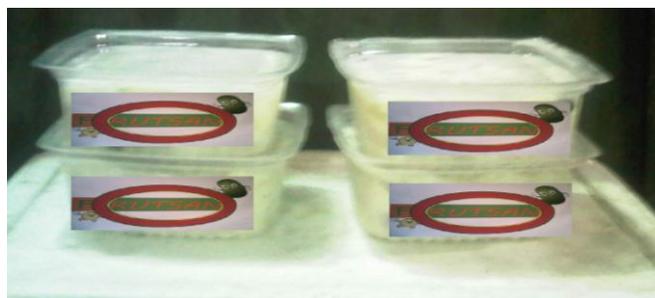


Ilustración 8 diseño empaque. Elaborado por Autora

ESTUDIO DE MERCADO

Geografías	Región	Costa	Sierra
	Ciudad	Guayaquil	Quito
	Tamaño de la ciudad		
	Distribución	Mercado mayorista y fabricas	Mercado mayorista y fabricas
	Población		
	Ubicación	Vía a la costa	
Demografía	Genero	Masculino y Femenino	Masculino y Femenino
Nivel económico		Clase media alta	Clase media alta

Tabla 7 TARGET Y VARIABLES DE SEGMENTACION ELABORADO POR AUTORA

INFORME DE LA COMPETENCIA

Competencia Ciudad De Guayaquil



EXOFRUT Es una industria moderna con estándares de tecnología muy avanzada, construidos especialmente para procesar Maracuyá (Passion Fruit) y otras frutas exóticas tropicales, en forma de jugos y concentrados. Nuestra planta está ubicada a 20 minutos del puerto de Guayaquil y cuenta con un total de 200 empleados, aproximadamente.

Su mayor potencial es el Jugo y Concentrado de Maracuyá, 100% puro y natural, producido a base de frutas frescas, sanas y maduras de la variedad Amarilla-Passiflora Edulis Flavicarpa. El tipo de modelo que ellos tienen es business to business siendo uno de nuestros máximos competidores, por su gran producción de concentrado de pulpas. Su crecimiento ha sido muy acelerado en los últimos años. Cabe recalcar que es una empresa que tiene haciendas de donde cosechan sus productos.

Competencia Ciudad De Quito



Jugo fácil es una planta procesadora de frutas, ubicada en Quito que posee tecnología de último nivel para tener productos de calidad, con una experiencia de más de 10 años en el mercado es una de las industrias de pulpas más consumidas en el país. Jugo Fácil tiene un estricto proceso de frutas siendo un líder en la distribución al consumidor final, esta industria no tiene hacienda propia como en competidor anterior.

Principales clientes de la industria

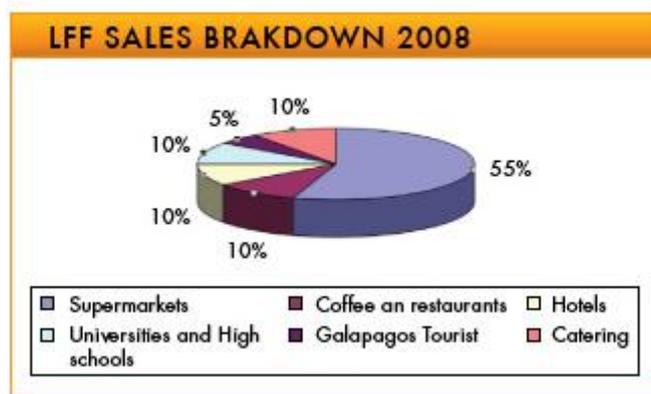


Gráfico 6 ventas anuales fuente: jugo fácil (jugo facil)

VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA



Grafico 7 crecimiento de ventas, fuente: I (jugo facil)

Maria Morena



ENVAGRIF C.A (Envasados Agrícolas y Frutales, Compañía Anónima), empresa constituida en 1992, como Compañía Anónima, se creó con un grupo de accionistas, con miras a satisfacer el mercado local y nacional mediante sus productos elaborados en base a FRUTAS NATURALES para obtener: Pulpas, Mermeladas, Salsas, Enlatados con marca “MARÍA MORENA”. Dispone de una maquinaria industrial con tecnología de punta, personal técnico y una infraestructura física óptima. Hoy, en una renovada planta industrial con alrededor de 30 empleados y funcionarios y alta tecnología, produce alrededor de **100 toneladas** mensuales, para cubrir la demanda a nivel nacional e internacional, con proyecciones de crecimiento conforme a las necesidades de los clientes.

DEMANDA

Al no existir datos exactos, se procedió a realizar encuestas de la participación de las industrias en los diferentes supermercados para analizar el consumo de los clientes. El estudio tuvo más enfoque en la región sierra debido al consumo elevado de pulpas.

Empresas	Unidades De empaques	% Participación	Supermaxi	Hiper Market	Santa María	Otros mercados
Jugo Fácil	27865	15%	2786,5	5573	5573	13932,5
María Morena	45879	26%	4587,9	9175,8	9175,8	22939,5
Supermaxi	12860	19%	12860	0	0	0
Otros	18970	40%	1897	3794	3794	9485
total	105574	100%	10557,4	21114,8	21114,8	52787

Tabla 8 DEMANDA DE PULPA. ELABORADO POR AUTORA. FUENTE INDUSTRIAS (ALIMENTICIAS, 2013)

OFERTA

En el país no existen datos oficiales exactos de la producción y consumo de pulpa de cualquier fruta, cabe recalcar que en el mercado las marcas más posesionadas son: Jugo Fácil, Supermaxi y María Morena.

Empresas	Unidades	% Participación
Jugo Fácil	27865	15%
María Morena	45879	26%
Supermaxi	12860	19%
Otros	18970	40%
total	105574	100%

Tabla 9 OFERTA. ELABORADO POR: AUTORA FUENTE INDUSTRIAS ALIMENTICIAS (ALIMENTICIAS, 2013)

PRECIO

Se procedió a realizar un sondeo en los principales supermercados del país y los precios de la pulpa son.

PRECIO DE DISTRIBUCION A LOS SUPERMERCADOS

Empresas	Precio
Jugo Fácil	3,50
María Morena	3,20
Supermaxi	2,80

Tabla 10 PRECIO ELABORADO POR AUTORA, FUENTE INDUSTRIAS ALIMENTICIAS (ALIMENTICIAS, 2013)

DETERMINACION DE LA ELASTICIDAD

	Precio	Cantidad	
X1	\$0.91	10	P1
X2	\$1.10	12	P2

Tabla 11 DETERMINACION DE LA ELASTICIDAD, ELABORADO POR AUTORA

$$E_p = \frac{\frac{X_2 - X_1}{X_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}$$

Ecuación 1 ELASTICIDAD

Elasticidad	Tipo
$E > 1$	Elástica

E<1	Inelástica
E=1	Unitaria

Tabla 12 ELASTICIDAD DE PRECIO

La elasticidad precio de la demanda de la guanábana es igual a 1, que significa demanda unitaria. Lo que quiere decir que la cantidad demanda por el cliente aumenta, con respecto al precio. No existen variaciones ni alteraciones. Por lo que cada vez que se aumente el precio, la cantidad demanda aumentara.

DEMANDA INSATISFECHA

Se realizó una prueba piloto con los 10 máximos compradores de guanábana para realizar pulpa, para poder encontrar la demanda insatisfecha, en lo cual se pudo determinar qué:

TARGET: MAXIMOS COMPRADORES DE GUANABANA			
10			
PREGUNTAS	SI	NO	RAZONES
Está satisfecho con el producto	10		POR SER UNA FRUTA MUY RICA
Está satisfecho con la cantidad que compra al mes	2	8	POR QUE ES MUY DIFICIL DE CONSEGUIRLA
Si no está satisfecho, se cambiaría por un mejor proveedor	9	1	LA CAPACIDAD DE MI EMPRESA NO DA PARA MAS MATERIA PRIMA.
Se cambiaría por otra fruta para hacer proceso	3	7	PORQUE ES LA FRUTA DEL FUTURO CUANDO EXPLOTE EN SU MAXIMA PRODUCCION

Tabla 13 DEMANDA INSATISFECHA, ELABORADO POR AUTORA (ALIMENTICIAS, 2013)

Teniendo como resultado:
Número de compradores potenciales: 10

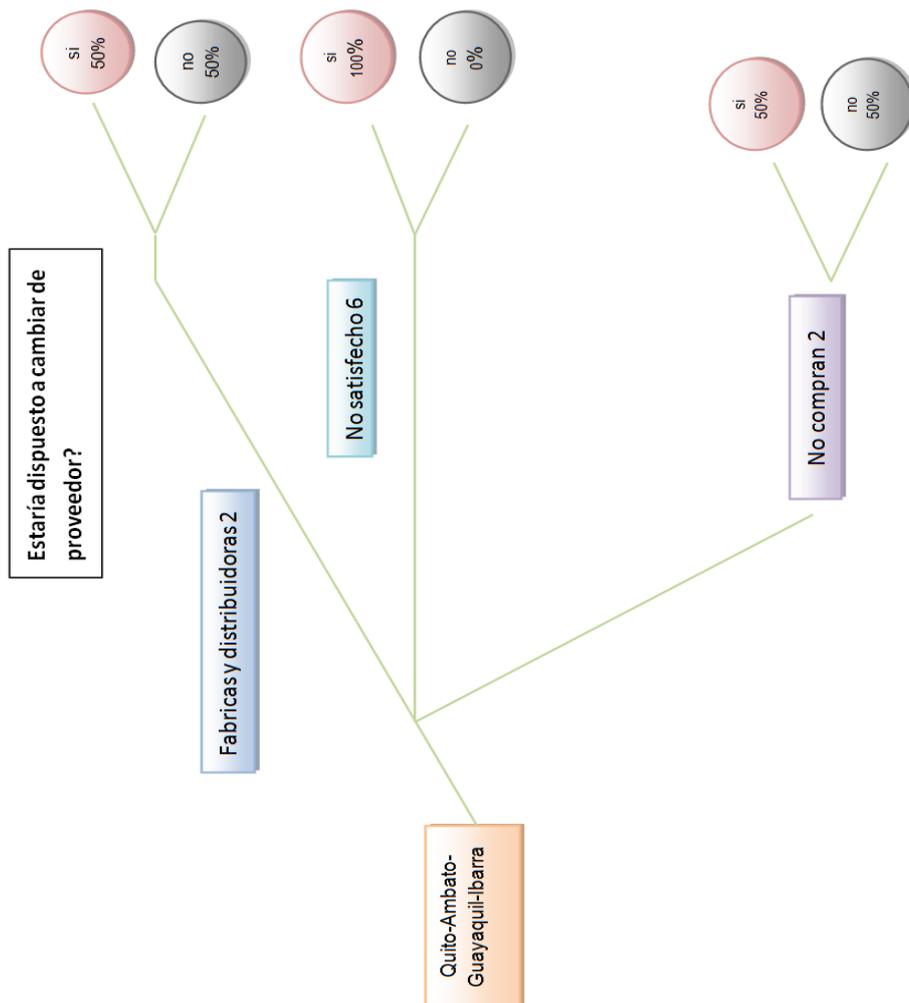


Ilustración 9 MERCADO OBJETIVO

MERCADO OBJETIVO

COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES	10
Atendidos satisfechos	2
No atendidos insatisfechos	8
Atendidos no satisfechos	1
COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)	1
ATENDIDOS SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	1
ATENDIDOS NO SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	0
MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO (N)	8
ATENDIDOS SATISFECHOS POR CAMBIARSE	1
ATENDIDOS NO SATISFECHOS POR CAMBIARSE	6
NO ATENDIDA INSATISFECHA	1

Tabla 14 MERCADO OBJETIVO, ELABORADO POR: AUTORA (ALIMENTICIAS, 2013)

Así determinado, el mercado objetivo es de 8 compradores potenciales.

ENCUESTAS

(Ver anexo 1)

Finalidad

La encuesta nos permite obtener información sobre las características de la comercialización, gustos, preferencias del cliente a través de una serie de preguntas bien estructuradas.

Objetivos

El objetivo de la encuesta es conocer más a fondo las preferencias del consumidor para poder tomar una decisión al momento de cambiar un aspecto en el producto.

Metodología

Las encuestas fueron realizadas a los clientes directos de Frutsan y personas comercializadoras de guanábana procesada.

Nivel de confianza: 95%

Z: 1.96

Universo: 80 MAYORISTAS

Grado de error: 5%

Nivel de ocurrencia (p): 90%

Nivel de ocurrencia (q): 10%

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Ecuación 2 DETERMINACION DE LA MUESTRA

Dónde:

N: población

P: nivel de ocurrencia

Z: intervalo

Q: nivel de no ocurrencia

E: Grado de error

Se reemplaza la fórmula de la siguiente manera:

Ecuación 3 MUESTRA

$$n = \frac{(1.96)^2(0.90)(0.10)(0.80)}{((0.05)^2(80)) + (1.96^2 (0.90)(0.10))}$$

$$N=50$$

VENTAS DEL PROYECTO

Se ha determinado vender aproximadamente 20.000 kilos al mes con una capacidad instalada del 80%, de los cuales el 75 % se lo distribuirá a las industrias al por mayor en empaques grandes (Tanques) a un valor de \$1.35 el kilo, y el 25% restante a los mayoristas en empaques pequeños de plástico a un valor de \$1.25.

Con un total de ventas de **\$267.120,00** anuales de ambos productos.

REPORTE DE RESULTADOS

A continuación se presentara el análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas efectuadas a los mayoristas comercializadores de guanábana en las ciudades de Guayaquil, Santo Domingo, Cuenca y Quito.

Pregunta No 1

Es usted cliente frecuente de Frutsan?

Opciones	Encuestados
NO	1
SI	49
Total general	50

Tabla 15 ENCUESTAS ELABORADO POR AUTORA

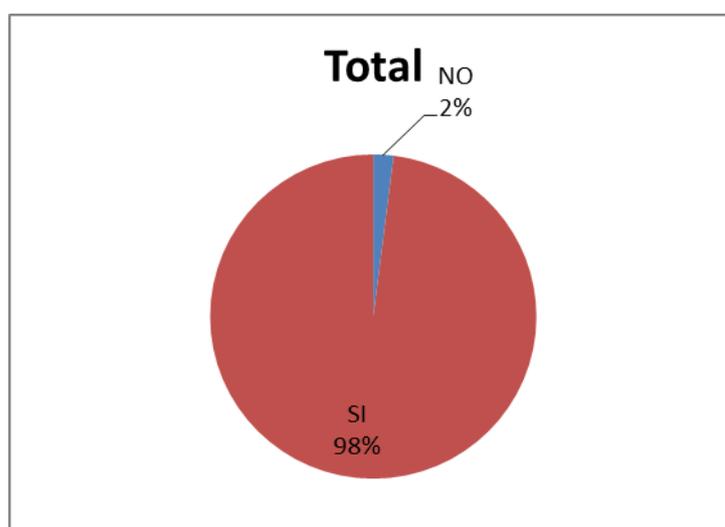


Gráfico 8 Total de encuestas

Pregunta No. 2

Ciudad

AMBATO	1
CUENCA	2
GUAYAQUIL	35
QUITO	11
SANTO DOMINGO	1
Total general	50

Tabla 16 total encuestas

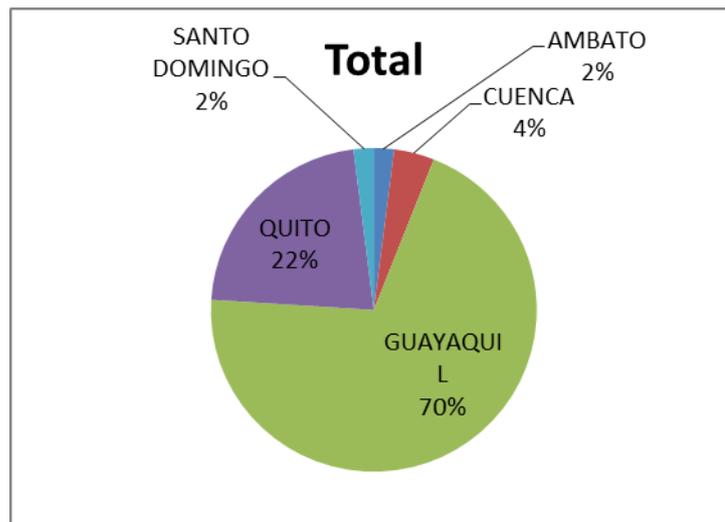


Grafico 9 Total de encuestas

Pregunta No. 3

Qué tipo de negocio tiene.

FABRICA	8
MERCADOS MUN.	15
MINI MARKET	22
RESTAURANT	5
Total general	50

Tabla 17 total encuestas

Según el resultado se puede apreciar las personas que tienen mini Market, son los que compran más.

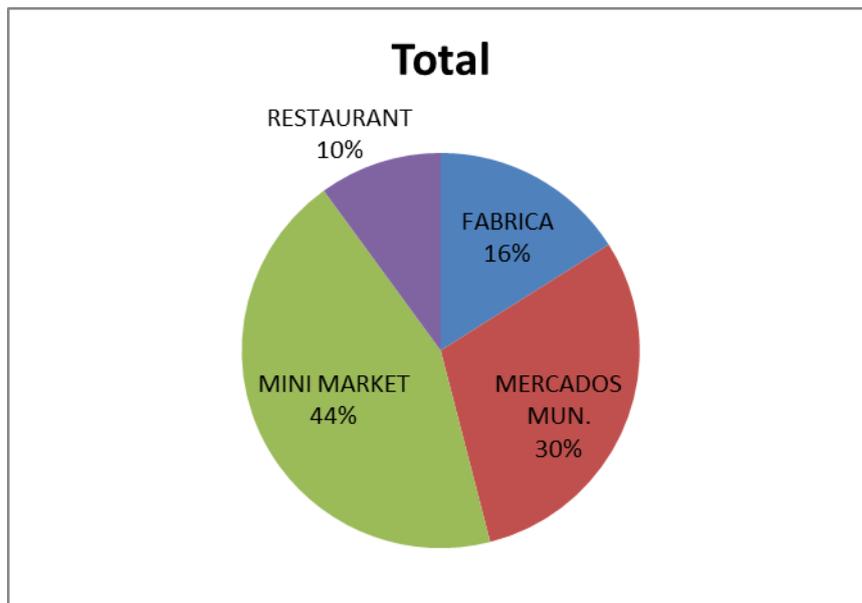


Grafico 10 Total de encuestas

Pregunta No. 4

El negocio es de su propiedad?

NO	14
SI	36
Total general	50

Tabla 18 Total de encuestas

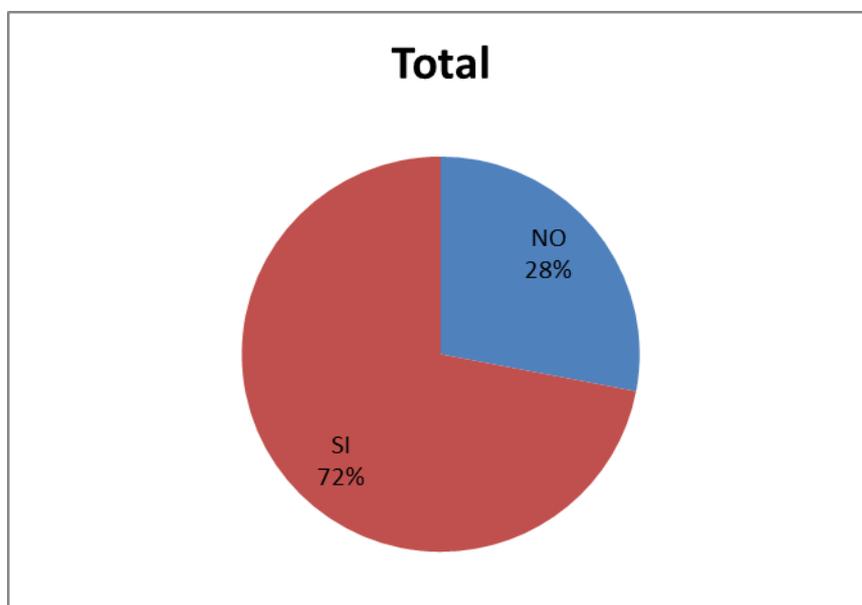


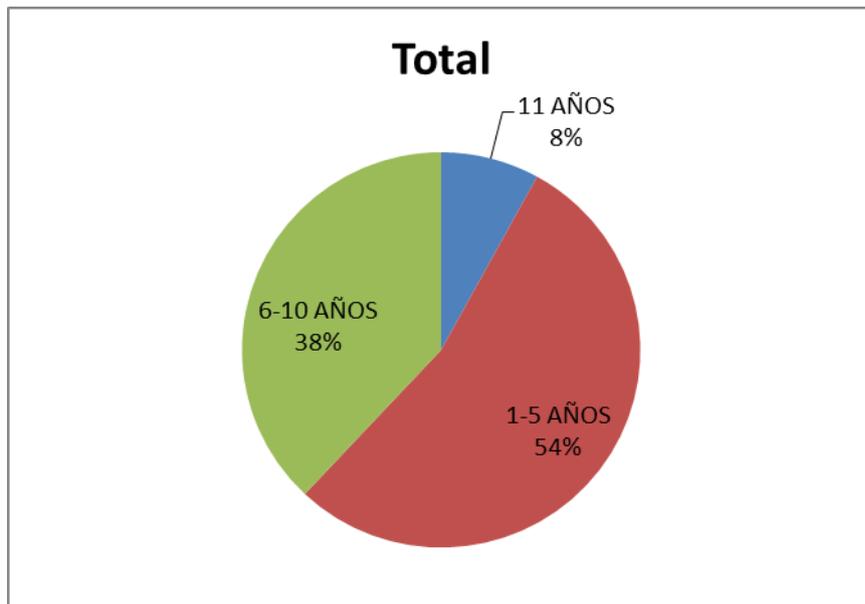
Grafico 11 Total de encuestas

Pregunta No.5

Cuántos años lleva comercializando Guanábana?

11 AÑOS	
1-5 AÑOS	27
6-10 AÑOS	19
Total general	50

Tabla 19 Total de encuestas

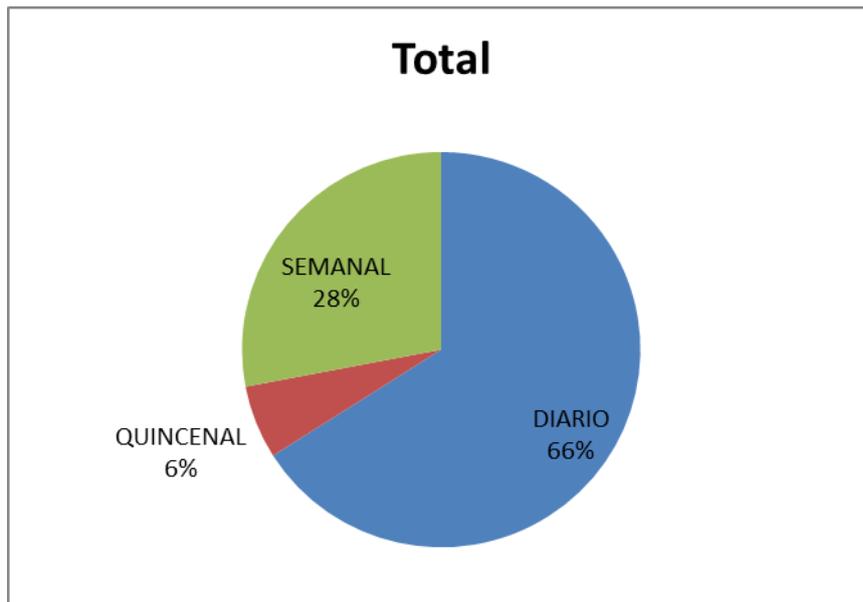


Pregunta No. 6

Con que frecuencia comercializa la Guanábana?

DIARIO	33
QUINCENAL	3
SEMANTAL	14
Total general	50

Tabla 20 Total de encuestas



Pregunta No. 7

Señal de que forma vende la guanábana al consumidor final?

FRUTA ENTERA	37
PROCESADA	13
Total general	50

Tabla 21 Total de encuestas

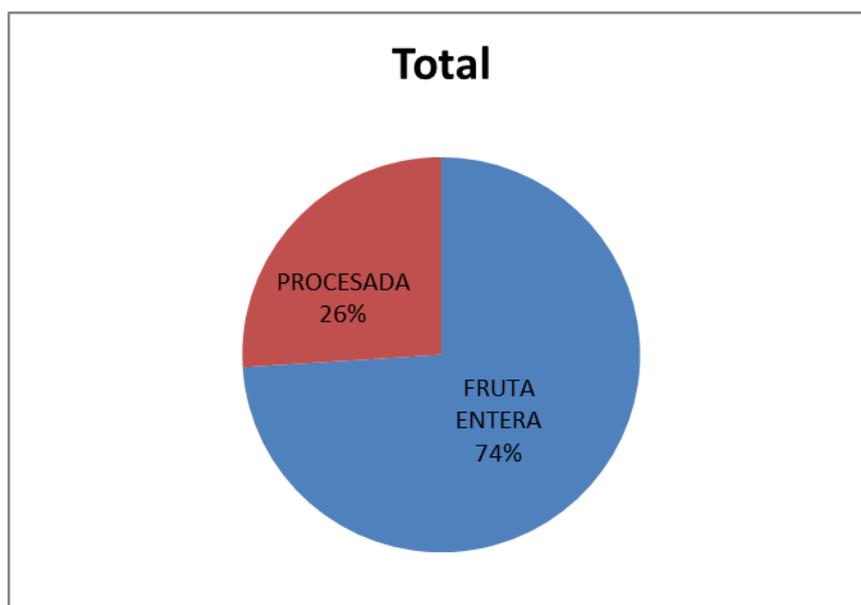


Grafico 12 Total de encuestas elaborado por autora

Pregunta No. 8

Qué clase de guanábana comercializa?

AMBAS	31
CHIVERIA	11
COLOMBIANA	8
Total general	50

Tabla 22 Total de encuestas elaborado por autora

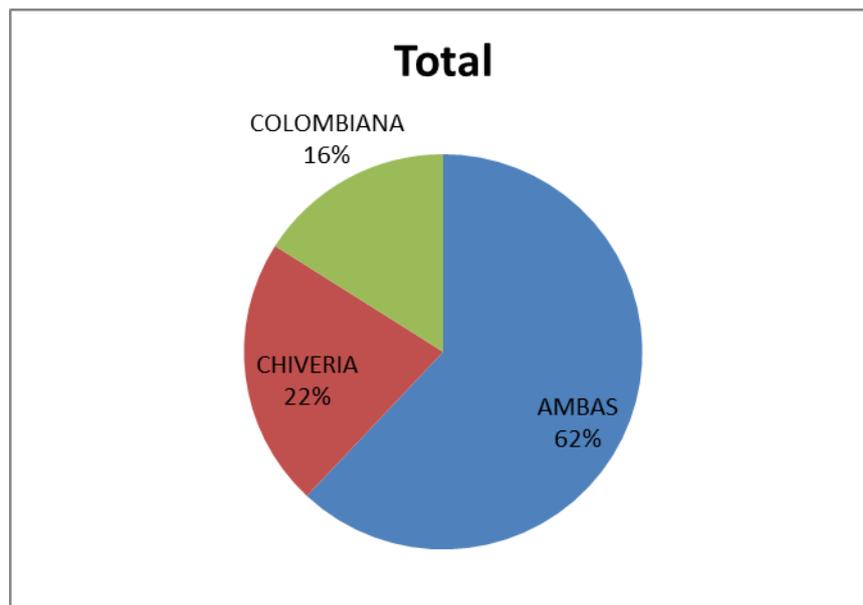


Grafico 13 Total de encuestas elaborado por autora

Pregunta No. 9

Que cantidad compra de guanábana con respecto a su frecuencia?

101-200 KILOS	12
1-50 KILOS	10
201-300 KILOS	5
300 EN ADELANTE	13
51-100 KILOS	10
Total general	50

Tabla 23 Total de encuestas elaborado por autora

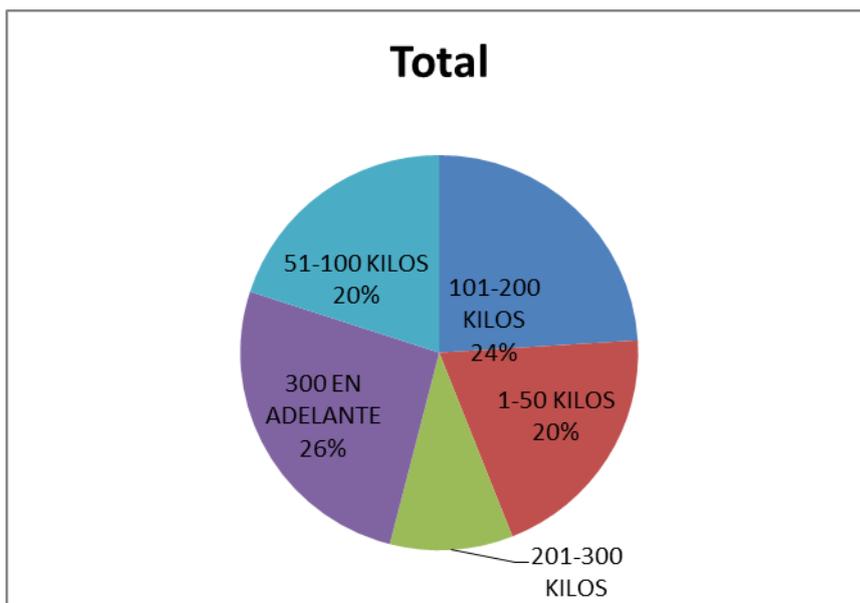


Grafico 14 Total de encuestas elaborado por autora

Pregunta No. 10

Que características busca en la guanábana cuando la compra?

CALIDAD	29
PESO	8
PRECIO	2
TAMAÑO	11
Total general	50

Tabla 24 Total de encuestas elaborado por autora

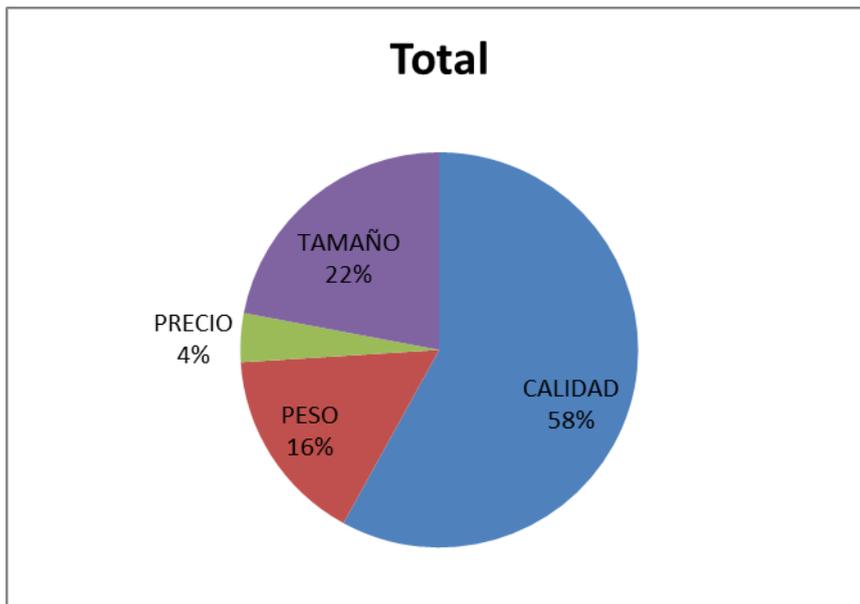


Gráfico 15 Total de encuestas elaborado por autora

Pregunta No. 11

Le gustaría recibir la fruta procesa, para facilitar el consumo a sus clientes?

NO	7
SI	43
Total general	50

Tabla 25 Total de encuestas elaborado por autora

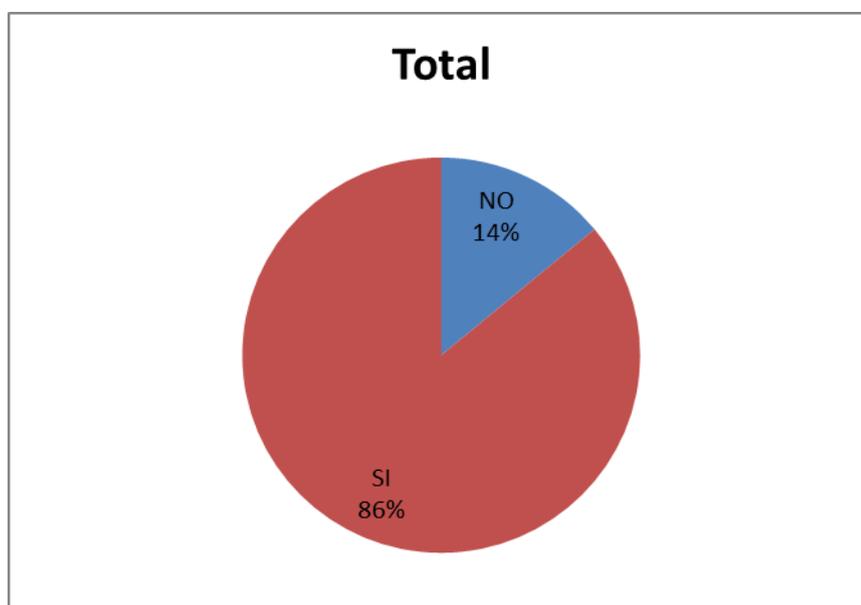


Grafico 16 Total de encuestas elaborado por autora

Pregunta No. 12

Como realiza sus pagos?

CREDITO	13
EFFECTIVO	37
Total general	50

Tabla 26 Total de encuestas elaborado por autora

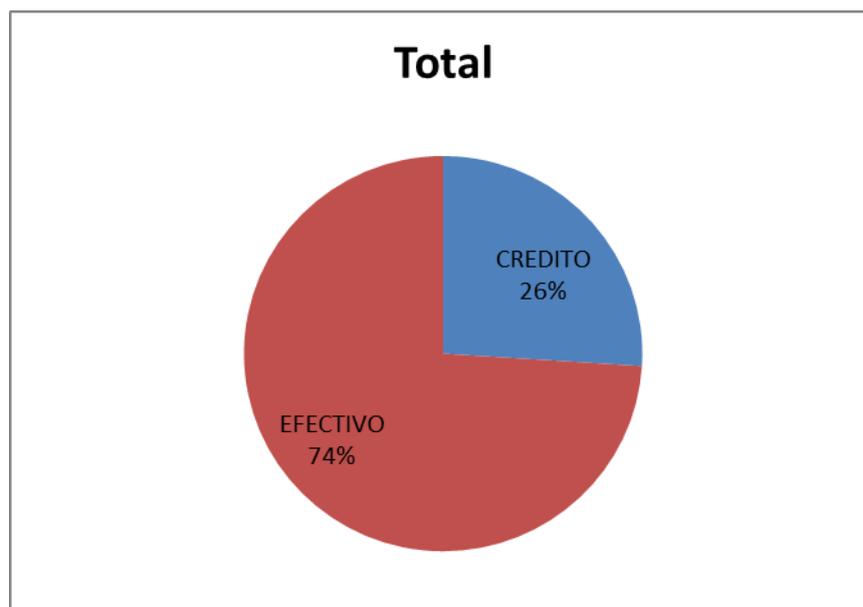


Grafico 17 Total de encuestas elaborado por autora

CROSS TABULATIONS

*Ciudad * ¿Qué clase de guanábana comercializa?*

AMBATO		1
	CHIVERIA	1
CUENCA		2
	AMBAS	2
GUAYAQUIL		35
	AMBAS	21
	CHIVERIA	9
	COLOMBIANA	5
QUITO		11
	AMBAS	7
	CHIVERIA	1
	COLOMBIANA	3
SANTO DOMINGO		1
	AMBAS	1
Total general		50

Tabla 27 cross tabulations

Ciudad* ¿Qué cantidad compra de guanábana con respecto a su frecuencia?

AMBATO		1
	300 EN ADELANTE	1
CUENCA		2
	201-300 KILOS	2
GUAYAQUIL		35
	101-200 KILOS	12
	1-50 KILOS	10
	201-300 KILOS	3
	300 EN ADELANTE	1
	51-100 KILOS	9
QUITO		11
	300 EN ADELANTE	10
	51-100 KILOS	1
SANTO DOMINGO		1
	300 EN ADELANTE	1
Total general		50

Tabla 28 cross tabulations

¿Qué tipo de negocio tiene? ¿Qué cantidad de guanábana compra?

FABRICA	8
300 EN ADELANTE	8
MERCADOS MUN.	15
101-200 KILOS	5
201-300 KILOS	2
300 EN ADELANTE	5
51-100 KILOS	3
MINI MARKET	22
101-200 KILOS	7
1-50 KILOS	5
201-300 KILOS	3
51-100 KILOS	7
RESTAURANT	5
1-50 KILOS	5
Total general	50

Tabla 29 cross tabulations

¿Qué tipo de negocio tiene? ¿Con que frecuencia compra guanábana?

FABRICA	8
QUINCENAL	1
SEMANTAL	7
MERCADOS MUN.	15
DIARIO	10
SEMANTAL	5
MINI MARKET	22
DIARIO	18
QUINCENAL	2
SEMANTAL	2
RESTAURANT	5
DIARIO	5
Total general	50

Tabla 30 cross tabulations

¿Con que frecuencia compra guanábana? ¿Qué cantidad de guanábana compra?

DIARIO	33
101-200 KILOS	12
1-50 KILOS	9
201-300 KILOS	1
300 EN ADELANTE	3
51-100 KILOS	8
QUINCENAL	3
1-50 KILOS	1
201-300 KILOS	1
300 EN ADELANTE	1
SEMANTAL	14
201-300 KILOS	3
300 EN ADELANTE	9
51-100 KILOS	2
Total general	50

Tabla 31 cross tabulations

Tipo de negocio * Características del producto

FABRICA		8
	CALIDAD	3
	PESO	3
	PRECIO	2
MERCADOS MUN.		15
	CALIDAD	9
	PESO	1
	TAMAÑO	5
MINI MARKET		22
	CALIDAD	12
	PESO	4
	TAMAÑO	6
RESTAURANT		5
	CALIDAD	5
Total general		50

Tabla 32 cross tabulations

Tipo de negocio * ¿de qué forma vende la guanábana?

FABRICA		8
	PROCESADA	8
MERCADOS MUN.		15
	FRUTA ENTERA	15
MINI MARKET		22
	FRUTA ENTERA	22
RESTAURANT		5
	PROCESADA	5
Total general		50

Tabla 33 cross tabulations

Tipo de negocio* ¿Está de acuerdo en comprar pulpa de guanábana para mejorar el consumo?

FABRICA		8
	NO	1
	SI	7
MERCADOS MUN.		15
	NO	5
	SI	10
MINI MARKET		22
	NO	1
	SI	21
RESTAURANT		5
	SI	5
Total general		50

Tabla 34 cross tabulations

Tipo de negocio * ¿Cómo realiza sus pagos?

FABRICA		8
	CREDITO	8
MERCADOS MUN.		15
	CREDITO	5
	EFFECTIVO	10
MINI MARKET		22
	EFFECTIVO	22
RESTAURANT		5
	EFFECTIVO	5
Total general		50

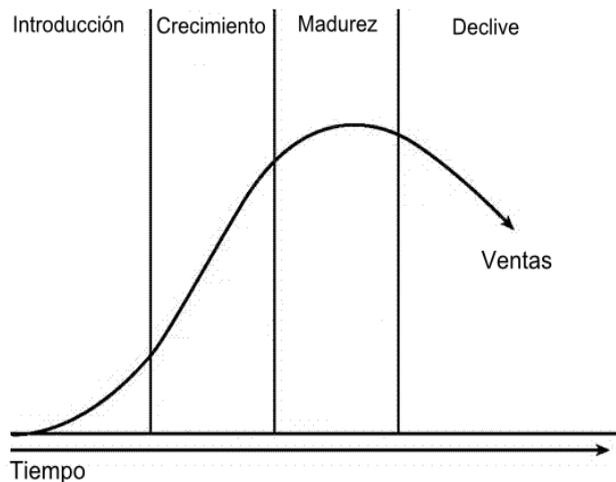
Tabla 35 cross tabulations

MARKETING MIX



Producto

En el mundo del marketing es muy importante analizar las características del productos y porque los consumidores deciden satisfactoriamente consumirlo. Los beneficios de consumir pulpa de fruta 100% natural, son muy ventajosos para la salud al contener un alto grado de vitaminas y proteínas. El producto se lo comercializara en



fundas plásticas pequeñas o tanques grandes; dependiendo del cliente

Grafico 18 ciclo productivo de una industria. Fuente: business level case (wright)

Precio

El precio de la pulpa variara por su tamaño:

Empaque grande de 1kg \$1.25

Tanques grandes: 1.35 por kilo



Ilustración 10 diseño del producto

Plaza

La distribución del producto es muy sencilla, como Frutsan ya tiene sus clientes fijos y su tipo de negocio es directamente con el mayorista y ellos se encargaran de seguirlo haciendo proceso o venderlo directamente al consumidor final.

Distribución directa al cliente con pedidos anticipados

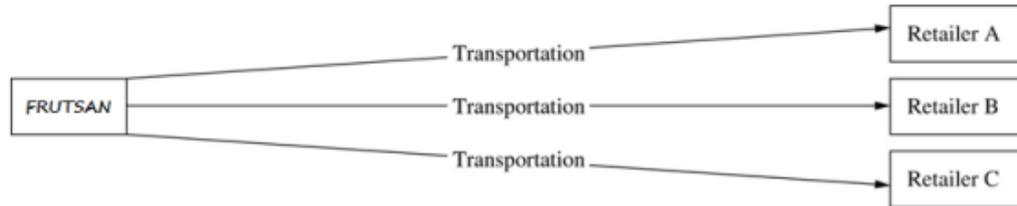


Ilustración 11 canal de distribución, elaborado por: autora

Este tipo de distribución será para los clientes de la región sierra, comandado por su gerente. Los pedidos se los realizan con anticipación y su retiro se los realiza en la planta procesadora.

Ventas al por mayor en el local.

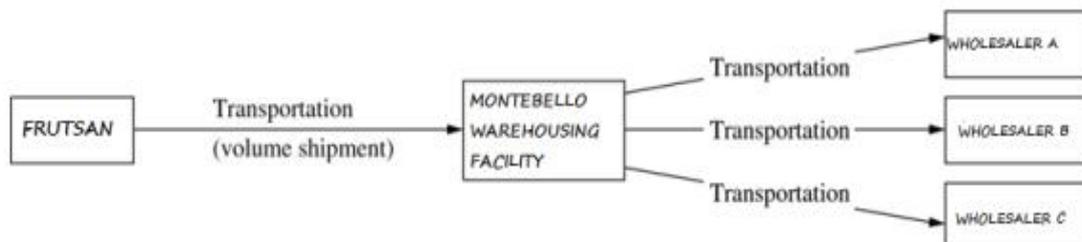


Ilustración 12 canal de distribución, elaborado por: autora

Este tipo de distribución se lo realizara directo con los principales mayoristas de Guayaquil, el producto será llevado desde la planta principal hasta el local donde se lo distribuirá a los clientes. La mayoría de estos pedidos no se los realizan con anticipación.

Promoción

- ✓ Se creara una página web en la cual habrá opiniones interactivas para los usuarios acerca del producto.
- ✓ Los clientes más antiguos recibirán descuentos por el número de compra semanal.
- ✓ Página en facebook en el cual se hará conocer los beneficios del producto, para un mayor consumo.
- ✓ Una vez al mes se entregara premios a los clientes, por la compra de cierta cantidad del producto.



Ilustración 13 propagando, elaborado por: autora

Página web



Ilustración 14 pagina web, fuente: frutsan

Revista

Publicidad en revistas, a través de convenios con empresas se les hará llegar a las industrias revistas sobre el cuidado de la salud.



Ilustración 15 revista mensual, elaborado por: autora

Propagandas en la Tv y radio.



Ilustración 16 propaganda



Ilustración 17 propaganda

Análisis de las 5C's

Clientes:

Los compradores mayoristas y fábricas serán nuestros principales clientes que tendrá la empresa puesto que ellos generan el máximo ingreso diario en la compra de productos.

Los mayoristas forman parte del principal ingreso de la empresa por lo tanto serán nuestros clientes excepcionales, que se les atenderá diariamente en el local principal.

Compradores:

Nuestros proveedores serán los pequeños agricultores que tengan sembríos de guanábana. Cabe recalcar que no existen gran cantidad de proveedores en el país pero es suficiente con los que la empresa tiene.

Contexto.

Análisis Macro entorno

Análisis del entorno cultural

La nueva tendencia del ser humano el siglo XXI, es cuidar su salud consumiendo productos saludables con vitaminas que puedan ayudar a fortalecer el cuerpo humano, en el plan alimenticio de una buena nutrición está el consumir frutas. En el año 2003, la Food and Agriculture Organization¹ (FAO), y la OMS establecieron un enfoque unificado para promover un mayor consumo de frutas a nivel mundial, ya que según la OMS, existen pruebas cada vez más numerosas y contundentes de que un consumo adecuado de frutas contribuye a prevenir muchas enfermedades y favorece la buena salud, aunque una

¹ FAO: **Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura** (FAO, por sus siglas en inglés) es un organismo especializado de la [ONU](#) que conduce las actividades internacionales encaminadas a erradicar el hambre

parte considerable de la población consume en cantidades insuficientes. El comité de expertos FAO/OMS, sobre la alimentación y nutrición recomienda un consumo mínimo de 400 g de frutas por día.

Es muy importante, continuar impulsando el consumo de ciertos alimentos que puedan contribuir en nuestra salud, es por esto que algunas empresas se encuentran aportando a este cambio cultural y modo de vida para crear más cultura en la sociedad al momento de consumir productos naturales.

Análisis entorno natural

Ecuador goza de un amplio reconocimiento a nivel internacional, por ser un país productor de frutas no tradicionales y tropicales, tales como: Mango, Banano, Papaya, Guayaba, Maracuyá y Guanábana, generalmente este tipo de frutas se caracterizan por ser 100% naturales y cosechadas en tierras tropicales.

En la actualidad la contribución de la agricultura en el Ecuador, ha presentado una tendencia estable en la economía del país, aumentando las producciones de frutas y el nivel de vida de los agricultores.

El mercado agricultor de frutas en el país, presenta una variedad de productos debido a una gran diversidad de producción, clima y tierras tropicales, que ayudan al agricultor a tener una cosecha casi perfecta, lo que ha encaminado a algunas empresas a llevar a cabo el proceso de frutas deshidratadas, o derivados de estas para ser exportados y para el consumo interno.

Análisis entorno económico

En el año de 1999, en el Gobierno de Jamil Mahuad el país cayó en una recesión en la cual llegaron a declararse algunas entidades bancarias en bancarrota. Así fue como nació la dolarización en el país, dejando a muchos inversionistas en la quiebra por el intercambio de la moneda.

Tuvieron que pasar algunos años, para que cerca del 2002 el país empiece a desarrollarse y estabilizarse económicamente. El dólar se empezó a ver atractivo para la inversión extranjera con el Ecuador, para así ya en los siguientes años empezar a tener una mejor calidad de vida económica. En los últimos años el PIB del Ecuador ha incrementado con un promedio de 4% anual, disminuyendo la inflación.

Actualidad económica del Ecuador

Tuvieron que pasar algunos años, para que cerca del 2002 el país empiece a desarrollarse y estabilizarse económicamente. El dólar se empezó a ver atractivo para la inversión extranjera con el Ecuador, para así ya en los siguientes años empezar a tener una mejor calidad de vida económica. En los últimos años el PIB del Ecuador ha incrementado con un promedio de 4% anual, disminuyendo la inflación.

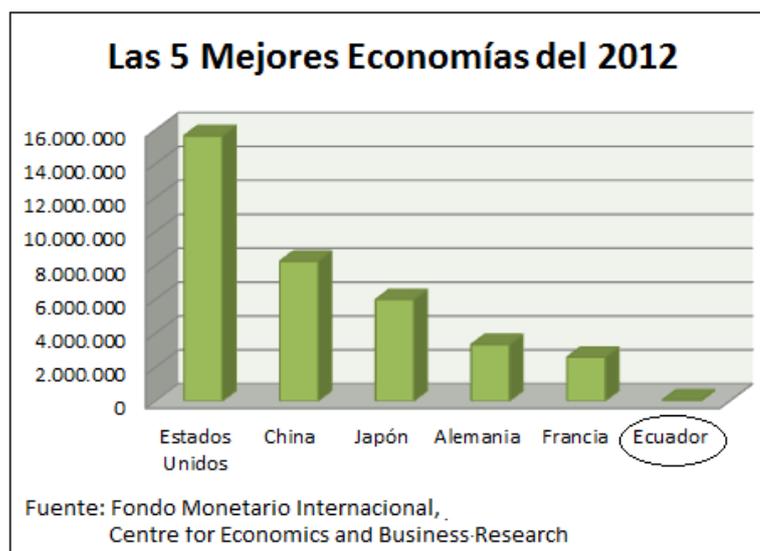


Grafico 19 Fuente y elaboración: (internacional)

Indicadores económicos

Inflación

Inflación del Ecuador en los últimos 2 años

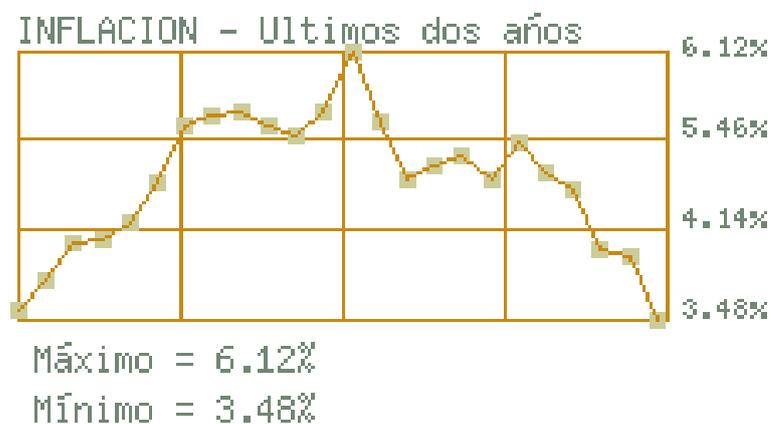


Grafico 20 Fuente: (Banco central del Ecuador)

PIB

Encomia del Ecuador

Evolución del PIB



Fuente: Banco Central

EL UNIVERSO

Grafico 21 fuente Diario el Universo (Banco central del Ecuador)

Análisis entorno demográfico

La población estimada en este 2013, en el Ecuador es de 14'000.000 millones de habitantes. Ecuador ubicado en el Sur de América tiene 4 regiones: Costa, Sierra, Oriente y la Región insular.

Población económicamente activa por rama de actividades

RAMA DE ACTIVIDAD	2007	2008	2010
Agricultura, Ganadería y Caza	7.20%	7.20%	7.20%
Pesca y criaderos	1.10%	1.10%	1.10%
Explotación de minas y canteras	0.50%	0.50%	0.50%
Industria Manufacturera	14.50%	14.40%	14.30%
Suministro de electricidad gas y agua	0.60%	0.60%	0.60%
Construcción	6.60%	6.50%	6.40%
Comercio reparación de vehículos y efectos personales	28.30%	28.30%	28.50%
Hoteles y restaurantes	4.40%	4.40%	4.50%
Transporte almacenamiento y comunicación	6.70%	6.70%	6.70%
Intermediación financiera	1.30%	1.30%	1.30%
Inmobiliarias, empresariales y alquiler	4.50%	4.60%	4.60%
Administración pública y defensa, seguridad social	4.50%	4.50%	4.50%
Enseñanza	6.80%	6.80%	6.80%
Actividades servicios sociales y de salud	3.30%	3.30%	3.30%
Otras actividades comunitarias sociales y personales	4.60%	4.50%	4.50%
Hogares privados con servicio doméstico	5.30%	5.20%	5.10%

Grafico 22 Fuente y elaboración: INEC (INEC)

Colaboradores:

Es importante conocer las personas o entidades que estarán cooperando para un mayor funcionamiento en la empresa.



Grafico 23 elaborado por: Autora

Competidores

Para la comercialización de pulpa de guanábana los competidores forman una parte muy importante ya que ellos también satisfacen las necesidades del cliente.

Exofrut, es una empresa que procesa pulpa de diferentes frutas y es uno de nuestros mayores competidores. Aunque su mayor producción y mercado es la pulpa de maracuyá para la exportación.

Objetivos del mercado

Objetivos Generales

- ✓ Alcanzar un alto volumen de ventas que sobrepasen los \$250.000,00 al año y abastecer la demanda total.

Objetivos específicos

- ✓ Desarrollar la mejor cadena de distribución del producto.
- ✓ Realizar campañas de marketing continuamente.
- ✓ Mantener directa comunicación con los clientes

CAPITULO 5.- ASPECTOS TECNOLOGICOS DE LA PLANTA

Proceso de producción

Se procederá a explicar el proceso de compra de la materia prima hasta la fabricación de la pulpa. Como la empresa ya tiene sus proveedores directos que son los pequeños agricultores. Primeramente se los carros se encargan de ir a comprar la fruta y



Una vez que la fruta ya se encuentre en las bogas, se procederá inmediatamente a clasificarla y desinfectarla para luego empezar con el proceso de despulpado



Norma BMP

Como su sigla indica Buenas prácticas de Manufactura, son una herramienta de mejoramiento continuo con la que una empresa puede ser competitiva en el ámbito nacional como internacional en la seguridad alimentaria. Para una industria procesadora, es muy importante cumplir con esa norma porque su producto es calificado como seguro para el consumo humano.

Una que en la actualidad desee ser competitiva, y que aspire abarcar el mercado deberá tener como objetivo la búsqueda de un aseguramiento de calidad de primer nivel para sus productos alimenticios, con ello no solo implica la obtención de un certificado sino el prestigio de su empresa.

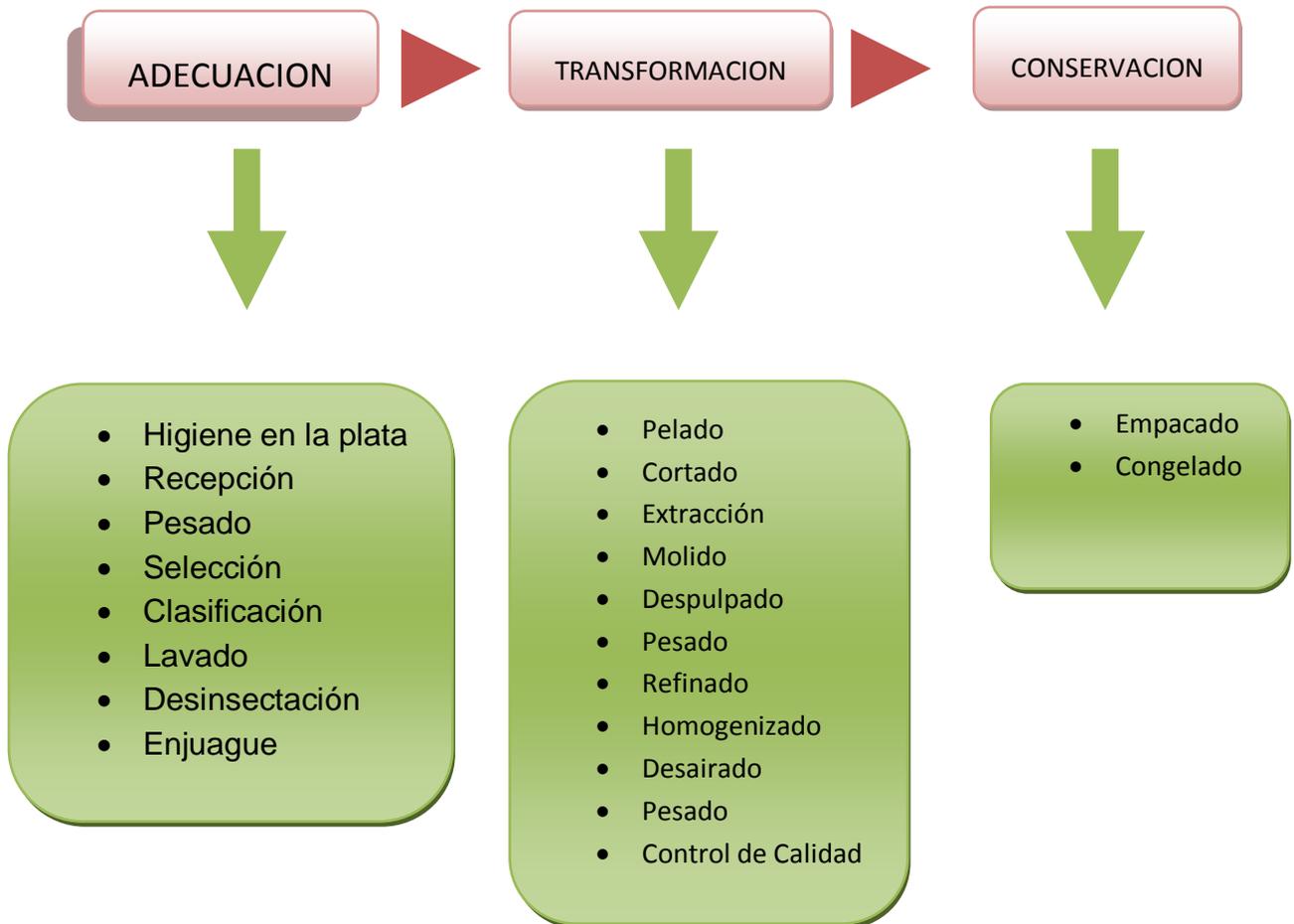
Una certificación BPM aplicado a una industria requiere, al igual que otras normas tales como ISO, la auditoría permanente para verificar el cumplimiento del sistema de la industria. Se ejecutan tomando en cuenta:

- ✓ Infraestructura edificación y operacional
- ✓ Materias primas, insumos directos e indirectos
- ✓ Métodos y procedimientos
- ✓ Equipos, utensilios y herramientas
- ✓ Personal (prácticas, capacitación, elementos de protección)
- ✓ Producto terminado
- ✓ Servicios
- ✓ Manejo de residuos

- ✓ Control de Plagas

✓ Logística, transporte y distribución

Diagrama del proceso de despulpado



Adecuación

Higiene de la planta:

Como la ley lo indica toda empresa de proceso debe estar bien pulcra, Frutsan no será la excepción. La higiene de la planta es muy importante para mostrar una buena imagen de la empresa y de su producto y para estar en los mayores estándares de calidad.



El éxito del consumo de un producto se debe a la higiene de su industria. Se limpiara diariamente con debidos desinfectantes que no puedan alterar el olor de la fruta. De ese mismo modo, los empleados estarán con su uniforme adecuado para un mayor cuidado del proceso.



Recepción

Normalmente estará una persona encargada de recibir el producto, y de chequear que llegue lo acordado a la planta. También se analizará la calidad de la fruta fresca para obtener resultados finales.



Pesado

Una vez analizada la fruta, se procede a pesarla y verificar que dicha cantidad coincida con lo acordado. Es así como se conoce con exactitud la cantidad de mercadería enviada por los proveedores.



Selección

En este proceso se divide la fruta verde y la madura. Y se procede a eliminar todo tipo de aderezo que venga con ella con el objetivo de conocer su madurez, tamaño, calidad.



Clasificación

Se procede a clasificar la fruta según su tipo sea chivería o colombiana



Lavado

Se realiza para eliminar todas las impurezas de la fruta fresca que trae directamente del campo y se efectúa por vía seca o vía húmeda.

Vía Seca:

Incluye la tamización, aspiración, cepillos y separación magnética.

Vía Húmeda:

La limpieza se realiza con lavado por inmersión, lavado por aspersión, flotación, combinado.

Desinsectación

Consiste en aplicar algún tipo de producto con la finalidad de eliminar todo microbio en la fruta. Seleccionar uno es difícil, no hay uno que sea ideal para todos los usos, pero los más frecuentes que se utilizan corresponden a cuatro grupos básicos: compuestos de cloro, compuestos de yodo.

Enjuague

Una vez la fruta desinfectada, se procede a lavarla con agua potable para terminar de limpiarla y eliminar los últimos residuos en esta.



Transformación

Se procede a transformar la fruta entera en solo carne, se extrae todo lo interno para empezar el procedimiento.



Despulpado

Es la operación en la que se logra la separación total de la pulpa y todo residuo alguno en ella, sacándole la semilla y dejando la carne de la fruta natural.

Pesado

Se procede a pesar la pulpa pura, para evaluar su peso sin semilla y sin cascara.

Homogenizado

Este procedimiento permite refinar la pulpa, se ingresa a una maquina el cual gira a un número elevado de revoluciones.

Desairado

Esta operación permite eliminar el aire ingresado en todas las operaciones anteriores.



Pesado

Una vez desairada la pulpa, esta tendrá un nuevo peso el cual ya será su peso original de venta.



Control de calidad

Una vez realizado todo este proceso, la pulpa pasa por un estricto control de calidad, con la finalidad de presentar a la venta un producto de primer nivel.



El control de calidad es muy importante en una industria alimenticia, para poder obtener buenos resultados en la certificación de calidad, por lo cual la empresa estará bien orientada con asesores y analistas que tengan el pleno conocimiento de las normas de calidad aplicadas en el país.



Conservación

Empacado

La pulpa obtenida durante todo el proceso de despulpado, debe estar totalmente aislada del medio ambiente para poder conservar su sabor y su peso hasta el momento de su empleo, esto se lo realiza haciendo un estricto empacado, tratando de que se incluya el mínimo aire en el debido recipiente.

Esta operación se la realizara en empaques plástico pequeños para el mayorista que desee llevar para su venta al consumidor final y en tanques grandes para la industria que desee continuar con el proceso de pulpa.



Congelado

La congelación se basa en mantener la pulpa en temperaturas bajas, para no perder su sabor y que se diluya. Este proceso se lo realiza en congeladores industriales cristalizados muy grandes.



Durante la congelación, la pulpa no pierde sus vitaminas y su grado de conservación es muy alto, gracias a este aparato el producto se podrá mantener en buen estado

MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación global de ubicación es la ciudad de Santiago de Guayaquil, principal ciudad del Ecuador siendo su puerto el más importante, la más poblada y más grande del Ecuador. El área urbana de Guayaquil se alinea entre las ciudades más grandes de América Latina. Es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural, y de entretenimiento. Es la ciudad con mayor densidad de población en el Ecuador, con un total de 2.526.927 habitantes en su aglomeración urbana según el último censo en el 2010.



Mapa: 1 localizacion

Micro-localización:

Planta de Producción:



Mapa: 2 localización

La planta de producción será en el kilómetro 28, vía a la Costa. En un terreno de 5 hectáreas.

DISEÑO DE LA PLANTA

15 metros de ancho

10 metros de largo

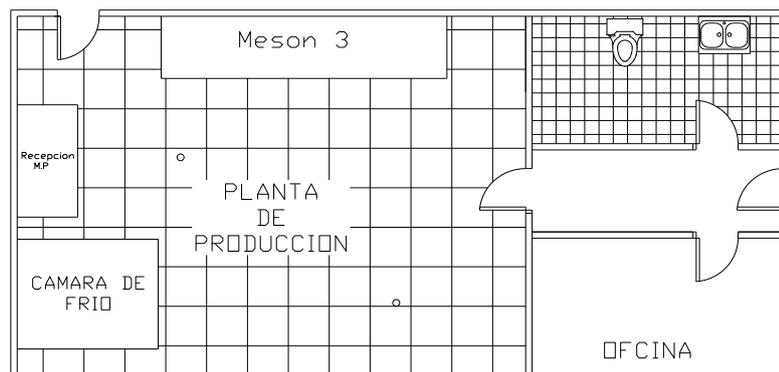


Grafico 24 elaborado por: autora

DISEÑO DE CAMIONES



Ilustración 18 elaborado por autora

Camiones con capacidad de hasta 10 toneladas, para transportar la fruta.

DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA

Se comprara una maquina despulpadora, con una capacidad de producir hasta 4 toneladas diarias de las cuales se utilizara el 80% de su capacidad instalada.



Turnos Que Laborara La Empresa Por Días

Días	horas	Producción x ton.
lunes	8	0
martes	8	2
miércoles	8	0
jueves	4	0
viernes	8	3
sábado	4	0
domingo	0	0

Tabla 36 turnos de trabajo

Costo De Alquiler Y Adecuaciones

Costo de alquiler

Las adecuaciones del local son de 6 metros de ancho, y de 10 metro de largo. El precio a pagar mensual es de \$120.

MATERIALES INDIRECTOS	PRECIO	UNIDADES	TOTAL
CAMARAS DE FRIO	15000	1	15000
MAQ DESPULPADORA	9000	1	9000
BALANZA	80	2	160
MESONES DE METAL	50	3	150
INSUMOS	30	2	60
PRESERVANTES	45	6	270

Tabla 37 materias indirecto costos

Maquinarias y Equipos

La planta cuenta con equipos de alta tecnología los cuales ayudarán a la conservación e higienización del producto.

Las pulpas necesitan una temperatura muy baja, para poder conservarse. Un congelador provee una temperatura máxima de -12°C por lo tanto la planta contará con una cámara de frío la cual nos proporcionará la temperatura adecuada para mantener el producto en buen estado.

Cámara de Frío

Las dimensiones de la Cámara de Frío:

Ancho mm	Largo mm	Alto mm
1680	2980	2200



Características del Equipo:

- Para media y baja temperatura
- Galpones Frigoríficos y Cerramientos Térmicos
- Puerta de Cámara Batiente
- Centrales de Frío
- Paneles industriales

Balanza 1000Kg

Características del Producto:

- Gabinete y Plato en acero inoxidable
- Pesa en Kilos y Libras

- Alarma de peso audible para establecer rangos mínimos y máximos de peso

Esta balanza nos ayudara a coger el peso exacto de la materia prima que los proveedores nos venden.

Mesón Acero Inoxidable

Lavadero Acero Inoxidable

Acero Inoxidable es de larga duración. Es de preferencia usar lavaderos de acero inoxidable para evitar que el óxido corroa las frutas



Refrigerante



CAPITULO 6.- ESTRUCTURA FINANCIERA

PLAN DE INVERSIONES

PROYECTO	MESES PREOPERATIVOS	12	PLAN DE INVERSIONES		REALIZADA USD	INVERSION		TOTAL
			USD	PROYECTO - FASE PREOPERATIVA		INVERSION		
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS								
Terreno								35.000,00
VEHICULO								40.000,00
MAQUINARIA								30.000,00
EDIFICIO E INSTALACIONES								2.300,00
TANQUES DE ALMACENAMIENTO								1.500,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS								
EQUIPOS DE OFICINA								2.000,00
X								0,00
X								0,00
X								0,00
SUBTOTAL								110.800,00
ACTIVOS DIFERIDOS								
Gastos Preoperativos								7.537,80
X								0,00
Intereses Preoperativos								6.648,00
X								0,00
Imprevistos (5% de activos diferidos)								709,29
SUBTOTAL								14.895,09
CAPITAL DE TRABAJO								
Capital de Trabajo Operativo								1.890,17
Capital de Trabajo Administración y Ventas								0,00
SUBTOTAL								1.890,17
OTROS ACTIVOS								
							Capital de Trabajo	0,00
INVERSION TOTAL								
							USD	127.585,26
CAPITAL (AMORTIZACION) PREOPERACIONAL								
								0,00
POR FINANCIAR								
								127.585,26

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Frutsan, cuenta con el 40 % de la inversión inicial.

FINANCIAMIENTO		PREOPERAT.	TOTAL
FINANCIAMIENTO PROPIO		1	
Plan de Inversiones	61.105,26		61.105,26
Capital (Amortización) Preoperacional	61.105,26		61.105,26
	0,00		0,00
FINANCIAMIENTO DE TERCEROS			
- Crédito de proveedores	0,00		
- Crédito de Instituciones Financieras 1	66.480,00		
- Crédito de Instituciones Financieras 2	0,00		
- Crédito de Instituciones Financieras 3	0,00		
SUBTOTAL	66.480,00		66.480,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	127.585,26		127.585,26
DIFERENCIA		0,00	0,00

CONDICIONES DEL FINANCIAMIENTO PROPUESTO		USD
CREDITO DE PROVEEDORES DE ACTIVOS FIJOS		
Proveedor	X	
Monto		0,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		0,00%
Plazo		0
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		0
Periodo de solicitud de crédito		0,0
Periodo (año/semestre) de solicitud del crédito		0
CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFT's No.1)		
Institución Financiera	CFN	
Monto		66.480,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		10,00%
Plazo		20
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		2
Periodo de solicitud de crédito		Preoperacional
Periodo (año/semestre) de solicitud del crédito		1
CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFT's No.2)		
Institución Financiera	X	
Monto		0,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		0,00%
Plazo		0
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		0

CONDICIONES DEL FINANCIAMIENTO PROPUESTO		USD
CREDITO DE PROVEEDORES DE ACTIVOS FIJOS		
Proveedor	X	
Monto		0,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		0,00%
Plazo		0
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		0
Periodo de solicitud de crédito		0,0
Periodo (año/semestre) de solicitud del crédito		0
CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFT's No.1)		
Institución Financiera	CFN	
Monto		66.480,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		10,00%
Plazo		20
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		2
Periodo de solicitud de crédito		Preoperacional
Periodo (año/semestre) de solicitud del crédito		1
CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFT's No.2)		
Institución Financiera	X	
Monto		0,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)		0,00%
Plazo		0
Periodo de gracia TOTAL		0
Periodo de gracia PARCIAL		0

Asignar periodos en las tablas

Tipo de tabla de pagos

Tipo de tabla de pagos

Tipo de tabla de pagos

PAGOS Y COBROS

POLITICA COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

	DIAS
Factor Caja	13
Crédito a clientes (locales)	8
Crédito a clientes (extranjero)	0
Crédito de proveedores	15
Inventario de productos terminados	3
Inventario de materias primas	2
Inventario de materiales indirectos	15
Periodos de amortización de activos diferidos	5
	AÑO

DEPRECIACIONES

CONDICIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

	VIDA UTIL		MANTENIM.		SEGURO	
	AÑO	PORCENTAJE	AÑO	PORCENTAJE	AÑO	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Terreno						
VEHICULO	10	2,00%				1,50%
MAQUINARIA	10	2,00%				1,50%
EDIFICIO E INSTALACIONES	10	2,00%				1,50%
TANQUES DE ALMACENAMIENTO	5	2,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS						
EQUIPOS DE OFICINA						
X	5	2,00%				1,50%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%
X	0	0,00%				0,00%

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

		PERIODO:										
		USD										
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS												
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION												
Mano de obra directa		5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	5.342,40	
Materiales directos		124.800,80	124.800,80	134.882,58	148.639,94	148.639,94	148.639,94	148.639,94	148.639,94	148.639,94	148.639,94	
Imprevistos %	2,0%	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
Subtotal		132.745,22	137.837,09	143.135,60	153.379,56							
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION												
Costos que representan desembolso:												
Mano de obra indirecta		21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	
Materiales indirectos		28.724,00	28.724,00	31.070,10	32.311,90	33.604,60	34.943,10	36.347,70	37.798,20	39.309,70	40.882,30	
Suministros y servicios		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Mantenimiento y seguros		2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	2.583,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Imprevistos %	2,0%	1.053,53	1.076,43	1.100,45	1.125,29	1.151,14	1.177,91	1.206,01	1.235,02	1.265,25	1.296,70	
Parcial		53.730,13	54.898,13	56.123,15	57.389,79	58.708,34	60.073,61	61.506,31	62.983,82	64.527,55	66.131,60	
Costos que no representan desembolso:												
Depreciaciones		7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	7.530,00	
Amortizaciones		1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	1.471,46	
Subtotal		62.731,59	63.899,59	65.124,61	66.391,25	67.709,80	69.036,31	70.415,82	71.847,74	73.329,01	74.861,60	
GASTOS DE ADMINISTRACION	% depreciación imputado	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Gastos que representan desembolso:												
Remuneraciones		6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	
UTILILES DE LIMPEZA		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Mantenimiento y seguros		70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Imprevistos	2,0%	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	147,80	
Parcial		7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	
Gastos que no representan desembolso:												
Depreciaciones		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Amortizaciones		1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	1.507,56	
Subtotal		9.045,36										
GASTOS DE VENTAS	% depreciación imputado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	
Gastos que representan desembolso:												
Remuneraciones		25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00	
Comisiones sobre ventas	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
PUBLICIDAD		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	
VIAJES POR CONTACTOS		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
X		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Imprevistos	2,0%	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	
Parcial		29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	
Gastos que no representan desembolso:												
Depreciaciones		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	
Subtotal		30.184,00										
GASTOS FINANCIEROS		0,00										
TOTAL		241.695,33	246.690,71	252.175,27	258.507,88	264.815,29	268.419,71	275.308,74	282.492,38	289.995,96	298.014,52	

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

MANO DE OBRA DIRECTA

Cargos	Salario mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
VENDEDOR	445,20	1	5,342,40
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
SUBTOTAL		1	5,342,40

MANO DE OBRA INDIRECTA

Cargos	Salario mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
OBREROS	445,20	4	21,369,60
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
SUBTOTAL		4	21,369,60

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cargos	Salario mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
CHOFER	560,00	1	6,720,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
SUBTOTAL		1	6,720,00

PERSONAL DE VENTAS

Cargos	Salario mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
GERENTES	700,00	3	25,200,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
X	0,00	0	0,00
SUBTOTAL		3	25,200,00

MATERIALES INDIRECTOS

Materiales de empaque y embalaje	Por caja mercado local	Por caja mercado exter.
PULPA TANQUE	150,00	0,00
PULPA EMPAQUE	10,00	0,00

D E T A L L E	UNIDAD	COSTO	UNIDADES										
			2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
PULPA TANQUE	Cajas	5,00	604	628	638	654	680	707	735	765	795	827	860
X	Cajas	0,00	604	628	638	654	680	707	735	765	795	827	860
PULPA EMPAQUE	Cajas	5,00	5,00	5,241	5,451	5,669	5,896	6,131	6,377	6,632	6,897	7,173	
X	Cajas	0,00	5,00	5,241	5,451	5,669	5,896	6,131	6,377	6,632	6,897	7,173	
Otros (no cajas)													
X	X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

PERIODO: USD

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Porcentaje de impresiones										
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION										
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE ADMINISTRACION										
% depreciación impuntado	0,00%									
UTILES DE LIQUIDEZ	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS										
% depreciación impuntado	100,00%									
PUBLICIDAD	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00	3,000,00
X	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VIAJES POR CONTACTOS										
Comisiones sobre ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00	4,600,00

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO USD

	2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%										
Ventas Netas	287.120,00	100,00	277.804,90	100,00	288.916,99	100,00	300.473,67	100,00	312.492,62	100,00	324.992,32	100,00	337.992,02	100,00	351.511,70	100,00	365.572,16	100,00	380.195,05	100,00
Costo de Ventas	193.250,84	72,35	201.647,64	74,59	208.164,61	72,05	214.894,88	71,33	221.977,21	71,03	227.827,75	70,10	235.447,27	69,66	243.365,25	69,23	251.802,99	68,82	260.170,89	68,43
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	73.869,16	27,65	76.157,26	27,41	80.752,38	27,95	85.538,79	28,47	90.515,41	28,97	97.164,58	29,90	102.544,74	30,34	108.146,45	30,77	113.969,18	31,18	120.024,16	31,57
Gastos de ventas	30.184,00	11,30	30.184,00	10,87	30.184,00	10,45	30.184,00	10,05	30.184,00	9,66	30.184,00	9,29	30.184,00	8,93	30.184,00	8,59	30.184,00	8,26	30.184,00	7,94
Gastos de administración	9.045,36	3,39	9.045,36	3,26	9.045,36	3,13	9.045,36	3,01	9.045,36	2,89	9.045,36	2,89	9.045,36	2,89	9.045,36	2,73	9.045,36	2,66	9.045,36	2,58
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	34.639,80	12,97	36.927,80	13,29	41.533,02	14,37	46.309,43	15,41	51.336,05	16,41	59.445,78	18,39	64.822,94	19,18	70.424,65	20,03	76.247,38	20,86	82.302,36	21,65
Gastos financieros	6.529,84	2,44	6.033,30	2,17	5.485,85	1,90	4.882,29	1,62	4.216,87	1,55	3.483,24	1,07	2.674,41	0,79	1.782,68	0,51	999,55	0,22	0,00	0,00
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	28.109,96	10,52	30.894,50	11,12	36.037,17	12,47	41.427,14	13,79	47.069,18	15,06	55.963,54	17,22	62.148,53	18,39	68.641,96	19,53	75.447,83	20,64	82.302,36	21,65
Participación utilidades	4.216,49	1,58	4.634,18	1,67	5.405,38	1,87	6.214,07	2,07	7.060,38	2,26	8.394,53	2,58	9.932,28	2,76	10.996,29	2,99	11.917,17	3,10	12.845,35	3,25
Corpor.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP. RENTA	23.893,46	8,94	26.260,33	9,45	30.631,79	10,60	35.213,07	11,72	40.008,81	12,80	47.569,01	14,64	52.826,25	15,63	58.345,67	16,60	64.130,65	17,54	69.957,01	18,40
Impuesto a la renta	5.495,50	2,06	6.039,88	2,17	7.045,27	2,44	8.099,01	2,70	9.202,03	2,94	10.940,87	3,37	12.150,04	3,59	13.419,50	3,82	14.750,05	4,03	16.090,11	4,23
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	18.397,97	6,89	20.220,45	7,28	23.586,53	8,16	27.114,06	9,02	30.806,78	9,86	36.628,14	11,27	40.676,21	12,03	44.926,16	12,79	49.380,60	13,51	53.866,90	14,17
Rentabilidad sobre:																				
Ventas Netas	6,89%	7,28%	8,16%	9,02%	9,86%	11,27%	12,03%	12,79%	13,51%	14,17%	14,79%	15,63%	16,60%	17,54%	18,40%	19,53%	20,64%	21,65%	22,84%	
Utilidad Neta Activos (ROA)	11,70%	11,66%	12,22%	12,58%	12,74%	13,38%	13,88%	14,24%	14,58%	14,92%	15,58%	16,18%	16,73%	17,24%	17,71%	18,18%	18,56%	18,94%	19,32%	
Utilidad Neta Patrimonio (ROE)	23,14%	20,38%	19,13%	18,03%	17,00%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	16,81%	
Porcentaje de reparto de utilidades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Utilidades repartidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Reserva legal	1.839,80	2,02%	2.022,05	2,35%	2.358,63	2,71%	2.711,41	3,08%	3.080,48	3,66%	3.662,81	4,07%	4.067,62	4,49%	4.492,62	4,93%	4.938,06	5,38%	5.386,69	

BALANCE GENERAL

	Saldo Inicial	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
BALANCE GENERAL HISTORICO Y PROYECTADO											
USD											
ACTIVO CORRIENTE											
Caja y bancos	78,76	32.377,15	58.595,22	89.167,18	122.399,24	158.739,51	194.804,73	236.667,03	281.986,34	330.877,45	397.519,81
Inversiones temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas por cobrar mercado local	0,00	5.936,00	6.173,44	6.420,38	6.677,19	6.944,38	7.222,03	7.510,93	7.811,37	8.123,83	8.448,78
Cuentas y documentos por cobrar mercado extranjero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventarios:											
Productos terminados	0,00	2.226,00	2.315,04	2.407,64	2.503,95	2.604,11	2.708,27	2.816,60	2.929,26	3.046,43	3.168,29
Productos en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materia prima	693,33	721,07	749,91	779,91	811,10	843,53	877,29	912,38	948,87	986,83	1.025,80
Materiales indirectos	1.196,83	1.244,35	1.294,59	1.346,35	1.400,19	1.455,96	1.514,49	1.574,95	1.637,90	1.703,43	1.771,55
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	1.968,92	42.464,74	69.471,20	100.121,44	133.791,67	170.587,40	207.126,82	249.481,86	295.313,75	344.737,97	409.136,89
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS											
Terreno	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
Fomento Agrícola	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VEHICULO	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
MAQUINARIA	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
EDIFICIO E INSTALACIONES	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00
TANQUES DE ALMACENAMIENTO	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS											
EQUIPOS DE OFICINA	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) depreciaciones	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00	110.800,00
Subtotal activos fijos	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	110.800,00	102.870,00	94.940,00	87.010,00	79.080,00	71.150,00	66.720,00	58.790,00	50.860,00	42.930,00	35.000,00
ACTIVO DIFERIDO											
Amortización acumulada	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09	14.895,09
	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02	2.979,02
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	14.895,09	11.916,07	8.937,05	5.958,04	2.979,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS ACTIVOS											
TOTAL DE ACTIVOS	127.664,01	157.250,81	173.348,25	193.089,47	215.850,69	241.737,40	273.846,82	308.271,86	346.173,75	387.667,97	444.136,89

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL HISTORICO Y PROYECTADO											
USD											
	Saldos iniciales	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Amortización acumulada		2.979,02	5.958,04	8.937,05	11.916,07	14.895,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	14.895,09	11.916,07	8.937,05	5.938,04	2.979,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS ACTIVOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	127.664,01	157.250,81	173.346,25	193.089,47	215.850,69	241.737,40	273.846,82	306.271,86	346.173,75	387.667,97	444.136,89
PASIVO CORRIENTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Obligaciones de corto plazo	0,00	5.340,93	5.888,38	6.491,93	7.157,36	7.890,99	8.699,81	9.591,54	10.574,68	0,00	0,00
Porción corriente deuda largo plazo	78,76	6.389,88	6.653,83	6.922,31	7.199,17	7.487,13	7.786,40	8.088,13	8.421,91	8.758,77	8.992,56
Cuentas y documentos por pagar proveedores	0,00	9.711,99	10.674,03	12.450,84	14.313,08	16.265,40	19.335,40	21.472,32	23.715,80	26.067,22	28.433,47
Gastos acumulados por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	78,76	21.452,90	23.218,26	25.865,09	28.669,60	31.640,52	35.821,62	39.161,99	42.712,39	34.826,00	37.428,02
PASIVO LARGO PLAZO	66.480,00	56.294,69	50.406,31	43.914,38	36.737,02	28.866,03	20.166,22	10.574,68	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE PASIVOS	66.558,76	77.747,59	73.624,57	69.779,47	65.426,62	60.506,55	55.987,84	49.736,66	42.712,39	34.826,00	37.428,02
PATRIMONIO	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26	61.105,26
Capital social pagado	0,00	0,00	1.839,80	3.861,84	6.220,47	8.951,88	12.012,36	15.675,37	19.742,99	24.235,61	29.173,67
Reserva legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Fuerras capitalizaciones	0,00	0,00	16.558,17	34.736,38	55.884,27	80.386,93	108.113,03	141.078,36	177.686,95	218.120,50	262.563,04
Utilidad (g�rdida) retenida	0,00	0,00	20.220,45	23.586,33	27.114,06	30.806,78	36.628,14	40.676,21	44.926,16	49.380,60	53.866,90
Utilidad (g�rdida) neta	0,00	18.397,97	20.220,45	23.586,33	27.114,06	30.806,78	36.628,14	40.676,21	44.926,16	49.380,60	53.866,90
TOTAL PATRIMONIO	61.105,26	79.503,22	99.723,68	123.310,01	150.424,07	181.230,85	217.858,99	258.535,20	303.461,36	352.841,97	406.708,86
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	127.664,01	157.250,81	173.346,25	193.089,47	215.850,69	241.737,40	273.846,82	306.271,86	346.173,75	387.667,97	444.136,89
COMPROBACION	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

TABLA DE AMORTIZACION

NUEVO CREDITO MEDIANO/LARGO PLAZO				
CFN				
CUOTA DECRECIENTE				
MONTO INICIAL:	66.480,00			
PLAZO	20			
GRACIA TOTAL	0			
GRACIA PARCIAL	2			
INTERÉS NOMINAL	5,00%			
INTERES NOMINAL ANUAL	10,00%			
PERIODO DE PAGO	Semestral			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	66.480,00	3.324,00	0,00	3.324,00
2	66.480,00	3.324,00	0,00	3.324,00
3	66.480,00	3.324,00	3.693,33	7.017,33
4	62.786,67	3.139,33	3.693,33	6.832,67
5	59.093,33	2.954,67	3.693,33	6.648,00
6	55.400,00	2.770,00	3.693,33	6.463,33
7	51.706,67	2.585,33	3.693,33	6.278,67
8	48.013,33	2.400,67	3.693,33	6.094,00
9	44.320,00	2.216,00	3.693,33	5.909,33
10	40.626,67	2.031,33	3.693,33	5.724,67
11	36.933,33	1.846,67	3.693,33	5.540,00
12	33.240,00	1.662,00	3.693,33	5.355,33
13	29.546,67	1.477,33	3.693,33	5.170,67
14	25.853,33	1.292,67	3.693,33	4.986,00
15	22.160,00	1.108,00	3.693,33	4.801,33
16	18.466,67	923,33	3.693,33	4.616,67
17	14.773,33	738,67	3.693,33	4.432,00
18	11.080,00	554,00	3.693,33	4.247,33
19	7.386,67	369,33	3.693,33	4.062,67
20	3.693,33	184,67	3.693,33	3.878,00
21	0,00	0,00	0,00	0,00
22	0,00	0,00	0,00	0,00

TIR

TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA (TIR) VIDA UTIL		10									
	PREOPER.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
FLUJO DE FONDOS											
Aporte de los accionistas	-61.105,26	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo neto generado + dividendos repartidos	0,00	29.782,59	24.841,01	29.123,89	32.799,58	36.599,79	37.038,09	43.572,10	47.792,02	52.155,56	66.557,53
Valor de recuperación:											
Inversión fija		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	35.000,00
Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.890,17
Flujo Neto (precios constantes)	-61.105,26	29.782,59	24.841,01	29.123,89	32.799,58	36.599,79	37.038,09	43.572,10	47.792,02	52.155,56	103.447,70
Flujo de caja acumulativo	-61.105,26	-31.322,66	-6.481,66	21.642,24	55.441,82	92.041,61	129.079,70	172.651,80	220.443,82	272.599,19	376.046,88
TIR precios constantes:	50,40%										

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		USD										
		PREOP.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
A. INGRESOS OPERACIONALES												
Recuperación por ventas		0,00	261.184,00	277.567,36	288.670,05	300.216,86	312.225,53	324.714,55	337.703,13	351.211,26	365.259,71	379.870,10
	Parcial	0,00	261.184,00	277.567,36	288.670,05	300.216,86	312.225,53	324.714,55	337.703,13	351.211,26	365.259,71	379.870,10
B. EGRESOS OPERACIONALES												
Pago a proveedores		1.811,41	147.278,23	159.484,13	165.869,04	172.503,13	179.403,20	186.574,38	194.043,32	201.802,17	209.873,74	215.387,57
Mano de obra directa e imprevistos			7.945,25	8.045,09	8.148,92	8.256,91	8.369,21	8.486,01	8.607,48	8.733,81	8.865,20	9.001,83
Mano de obra indirecta			21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60	21.369,60
Gastos de ventas			29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00	29.784,00
Gastos de administración			7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80	7.537,80
Costos de fabricación			3.656,53	3.659,43	3.683,45	3.708,29	3.734,14	3.760,91	3.789,01	3.818,02	3.848,25	3.879,70
Corpet			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Parcial	1.811,41	217.551,41	229.880,05	236.392,81	243.197,73	250.197,96	257.312,71	265.131,21	273.045,40	281.278,38	287.160,51
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)												
		-1.811,41	43.632,59	47.687,31	52.277,24	57.057,12	62.027,37	67.201,83	72.571,93	78.165,86	83.981,13	92.709,59
D. INGRESOS NO OPERACIONALES												
Crédito de proveedores de activos fijos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos a contratistas a corto plazo			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos Instituciones Financieras 1		66.480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos Instituciones Financieras 2		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos Instituciones Financieras 3		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital		61.105,26	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Parcial	127.585,26	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La investigación de mercado, permitió conocer que la pulpa de guanábana se consume más en las ciudades de la Región Sierra y a un precio mucho más elevado.
- Los resultados del proyecto para crear la planta procesadora fueron positivos al momento de analizar y evaluar la investigación.
- La evaluación financiera permitió conocer la rentabilidad del proyecto con ventas anuales muy exitosas.
- El estado de pérdidas y ganancias permitió evaluar los gastos administrativos y costos de ventas teniendo como resultado valores accesibles para continuar con el proyecto.
- Las entrevistas con los empresarios dueños de algunas industrias y restaurantes, permitieron conocer que en la ciudad de Guayaquil el consumo es bajo por su escasez al momento de distribuirla.
- La encuesta rápida y prueba con los mayores compradores guanábana permitió conocer que 8 de 10 de ellos están insatisfechos de lo que comprar.
- Las encuestas con los clientes de Frutsan ayudaron a tomar la decisión de lanzar un nuevo producto para mejorar el consumo de la fruta.
- La empresa de pulpa se denominara “Frutsan”
- El proyecto se muestra muy rentable, debido a su gran demanda y se espera ingresos y grandes ventas, para comenzar a realizarlo.

Recomendaciones

- La mano de obra es muy importante al momento de procesar la fruta, por lo tanto es muy importante mantener al personal estrictamente capacitado.
- Los proveedores de Guanábana son muy importantes para el desarrollo del proyecto por lo tanto es importante mantener excelentes relaciones con ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acetogeninas, (Lectura en línea),
http://www.graviolagroup.com/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=157&lang=es
- ALIMENTICIAS, I. (10 de MARZO de 2013). ESTUDIO DE MERCADO. (D. VARGAS, Entrevistador)
- Angel G. H. (2010). TRATADO DE NUTRICION: COMPOSICION Y CALIDAD DE LOS ALIMENTOS., medica panamericana
- anonimo. (s.f.). Recuperado el 18 de abril de 2013, de www.elmundoal instante.com
- anonimo. (s.f.). *documento de google*. Recuperado el 18 de abril de 2013, de docs.google:
<https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQU5SChoM3qF7BS7Zfnkec/edit?pli=1>
- Banco central del Ecuador. (s.f.). inflacion economica. *banco central del ecuador*.
- benemerito cuerpo de bomberos de guayaquil. (s.f.). *benemerito cuerpo de bomberos de guayaquil*. Obtenido de
<http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/es/servicios/permisos>
- Braverman V. (Lectura en línea) El mercado de los alimentos funcionales y los nuevos retos para la educación alimentarianutricional http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-14292002000100004&script=sci_arttext
- CATOLICA, C. (s.f.). *IMPORTACION DE FRUTAS*. Recuperado el 18 de MARZO de 2013
- DIARIO EL HOY. (20 de octubre de 2008). *Pulpa de fruta se afianza en el mercado*.
- Dr.Luis Fernando Araiza Soto, Cancer por el john hopkins hospital, (lectura en linea), <http://conalternativa.blogspot.com/2009/09/cancer-por-el-john-hopkins-hospital-usa.html>
- From farm to fork, Questions and answers about modern food production (lectura en linea) http://www.foodinsight.org/Content/76/QandA-Mod%20Food%20Prod_9-1-09.pdf
- INEC. (s.f.). *INEC*. Recuperado el 20 de MARZO de 2013, de INEC: www.inec.gob.ec
- internacional, F. m. (s.f.). *las 5 mejores economias del mundo*.
- jugo facil. (s.f.). *jugo facil*. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de www.jugofacil.com

Laughlin, M. (2007). EL NECTAR DE LA GUANABA. Obtenido de blog:
<http://thonyguanabana.blogspot.com/>

ministerio de salud publica . (s.f.). *ministerio de salud publica*. Recuperado el 18 de abril de 2013, de <http://www.salud.gob.ec/copia-certificada-del-registro-sanitario/>

Moos, V. (21 de febrero de 2013). *cancer*. Recuperado el 18 de abril de 2013, de recursos e informacion del cancer: <http://cancer.vg/es/annona-muricata-guanabana-graviola>

Perroza, D. (s.f.). *la guanabana*. Recuperado el 18 de abril de 2013, de <http://tododelaguanabana.blogspot.com/>

soberania alimentaria. (s.f.). <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/>. Recuperado el 18 de abril de 2013, de <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/>

Superintendencia de compañías. (s.f.). *Leyes de empresas*. Recuperado el 17 de marzo de 2013, de <http://www.supercias.gob.ec/>

wright, p. (s.f.). *planning*.

www.queaprendemoshoy.com. (s.f.). *www.queaprendemoshoy.com*. Obtenido de www.queaprendemoshoy.com

www.sri.gob.ec. (s.f.). *servicio de rentas internas*. Recuperado el 18 de abril de 2013, de www.sri.gob.ec

ANEXOS

ENCUESTA

Es usted cliente frecuente de Frutsan?

Ciudad

Qué tipo de negocio tiene?

Tienda del Barrio	<input type="checkbox"/>
Mini Market	<input type="checkbox"/>
Local minorista en mercados municipales	<input type="checkbox"/>
Fabrica	<input type="checkbox"/>

El negocio es de su propiedad?

Cuántos años lleva comercializando Guanabina?

1-5 años	<input type="checkbox"/>
6-10 años	<input type="checkbox"/>
11 años en adelante	<input type="checkbox"/>

Con que frecuencia realiza su compra de Guanábana?

Diario	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>

Señale de qué forma vende la guanábana al consumidor final?

Fruta pelada	<input type="checkbox"/>
Jugo	<input type="checkbox"/>
Mermelada	<input type="checkbox"/>
Pulpa	<input type="checkbox"/>
Mermelada	<input type="checkbox"/>

Qué clase de guanábana comercializa

Chivería	<input type="checkbox"/>
Colombia	<input type="checkbox"/>

Qué precio paga por cada kilo de guanábana?

0.10-1.00

1.01-2.00

2.00 en adelante

[Anexo 1 Modelo de encuesta](#)

