



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI

Título de la investigación

“Estudio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de
concentrados cítricos en el cantón Chone”

Nombres y apellidos completos del autor:


José Feliciano Zambrano Espinoza

Facultad Ciencias Administrativas

Carrera Administración de empresas

Fecha de emisión del informe y lugar

Manta, 25 de febrero del 2019

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN:1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Emprendimiento cuyo tema del proyecto es “ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE CONCENTRADOS CÍTRICOS EN EL CANTÓN CHONE”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor José Feliciano Zambrano Espinoza, estudiante de la carrera de Administración de Empresas período académico 2018-2019, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 5 de febrero de 2019.

Lo certifico,

Econ. Oscar Calderón Zamora

Docente Tutor(a)

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El tribunal del Grado aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: “Estudio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone”. Elaborado por el señor. José Feliciano Zambrano Espinoza, estudiante de la Carrera Administración de Empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

Ing. David Moran González
Presidente (Delegado Decano)

Ing. Emilio Macías Guadamud
Miembro Opositor 1

Eco. Alexa Cedeño Macías
Miembro Opositor 2

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis padres Galo y Mindre quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía de una persona de bien.

Además, a mis hermanas Nathaly y Ashley por su cariño incondicional, durante todo este proceso, también a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento de no rendirme a pesar de que todo no fuera como quería me hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar este proyecto de investigación a todos mis amigos y a mi novia, por apoyarme cuando más las necesito, por extender sus manos en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

José Feliciano Zambrano Espinoza

RECONOCIMIENTO

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas, pero, en primer lugar, quisiera agradecer a mis padres que me han ayudado y apoyado en todo, a mi tutor Eco. Oscar Calderón, por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos y orientación.

Asimismo, a todas aquellas personas que han sido parte fundamental de mi crecimiento competitivo, a mi familia, a mis compañeros de aula y a los docentes que compartieron todos sus conocimientos.

José Feliciano Zambrano Espinoza

Índice

1.	Descripción del Proyecto	2
1.1.	Planteamiento del problema	2
1.1.1.	Formulación del problema	5
1.2.	Objetivos del Proyecto.....	5
1.2.1.	Objetivo general.	5
1.2.2.	Objetivos específicos.	5
1.3.	Justificación del Proyecto	5
1.3.1.	Justificación teórica.....	5
1.3.2.	Justificación practica	7
1.3.3.	Justificación metodológica.....	7
1.4.	Delimitación del Proyecto	8
1.4.1.	Delimitación geográfica	8
1.4.2.	Delimitación temporal.....	8
1.4.3.	Delimitación social.....	8
2.	Planteamiento estratégico	9
2.1.	Visión	9
2.2.	Misión	9
2.3.	Valores empresariales	9
2.4.	Análisis interno del Proyecto	9
3.	Estudio de mercadotecnia	10
3.1.	Análisis externo.....	10
3.2.	Segmento de Mercado	10
3.2.1.	Determinación de la muestra	10
3.2.2.	Cálculo de la muestra.....	11
3.2.3.	Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el Cantón Chone.....	12

3.3. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)	
22	
3.3.1. Producto	22
3.3.2. Precio	22
3.3.3. Promoción	22
3.3.4. Plaza.....	22
3.4. Análisis competitivo (Porter).....	22
3.4.1. Poder de negociación del cliente	23
3.4.2. Poder de negociación del proveedor	24
3.4.3. Amenaza de nuevos competidores	24
3.4.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	24
3.4.5. Rivalidad entre los competidores existentes	25
4. Descripción del producto.....	26
4.1. Características del producto / servicios	26
4.2. Análisis comparativos con productos similares	26
5. Estudio Técnico	27
5.1. Descripción de las características de localización del negocio.....	27
5.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo	27
5.3. Diagrama de procesos	29
5.4. Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	30
5.5. Calculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo...	31
5.6. Listado de los proveedores.....	31
6. Estudio Organizacional	33
6.1. Organigrama estructural y funcional.....	33
6.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona	35
6.3. Previsión de RRHH	38
7. Estudio Legal y societario	39
7.1. Marco legal.....	39

7.2. Requisitos para su legitimidad	39
8. Estudio económico financiero	42
8.1. Costo unitario de producción	42
8.2. Estructura de costos y gastos	42
8.2.1. Costos de producción	43
8.2.2. Gastos administrativos.....	45
8.2.3. Gastos de ventas	47
8.2.4. Gastos financieros	47
8.3. Proyección de ventas	47
8.4. Plan de Inversión	48
8.4.1. Activos fijos.....	48
8.4.2. Capital de trabajo.....	50
8.4.3. Total de inversión.....	51
8.5. Líneas de financiamiento	51
8.5.1. Tabla de amortización	51
8.6. Flujo de caja proyectado (5 años)	54
8.7. Estado de resultados proyectados (5 años).....	55
8.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)	56
9. Evaluación financiera	57
9.1. VAN	57
9.2. TIR.....	57
9.3. Relación beneficio/costo (RBC).....	58
9.4. Punto de equilibrio	58
9.4.1. Punto de equilibrio en dólares.....	58
9.4.2. Punto de equilibrio en unidades.....	58
9.4.3. Tabla punto de equilibrio	59
9.4.4. Figura del punto de equilibrio.....	59

9.5. Razones financieras	60
9.5.1. Liquidez	60
9.5.2. Endeudamiento	60
9.5.3. Rentabilidad	61
10. Conclusiones y Recomendaciones	62
10.1. Conclusiones	62
10.2. Recomendaciones	63
11. Bibliografía	64
12. Anexos	65

Índice de tablas

Tabla 1: Vitamina recomendada	6
Tabla 2: Vitamina máxima.....	7
Tabla 3: Segmentación de mercado	10
Tabla 4: Distribución de los lugares a encuestar.....	11
Tabla 5: Características de los productos.....	26
Tabla 6: Materiales y materia prima requerida Elabora por: Autor	31
Tabla 7: Gerente	35
Tabla 8: Jefe de Producción	35
Tabla 9: Obrero	36
Tabla 10: Contabilidad.....	36
Tabla 11: Responsable. de Marketing	37
Tabla 12: Responsable. de Limpieza.....	37
Tabla 13: Previsión de RRHH.....	38
Tabla 14: Costo unitario de producción	42
Tabla 15: Estructura costos y gastos	42
Tabla 16: Costos de materia prima.....	43
Tabla 17: Mano de obra directa.....	43
Tabla 18: Materiales indirectos de fabricación	44

Tabla 19: Servicios básicos (producción)	44
Tabla 20: Mantenimiento de vehículo.....	44
Tabla 21: Sueldos administrativos	45
Tabla 22: Servicios básicos (administración).....	45
Tabla 23: Materiales de oficina.....	46
Tabla 24: Depreciación de activos fijos	46
Tabla 25: Amortización de activos intangibles	47
Tabla 26: Publicidad.....	47
Tabla 27: Interés (financiamiento)	47
Tabla 28: Proyección de ventas.....	48
Tabla 29: Terreno	48
Tabla 30: Infraestructura	48
Tabla 31: Vehículo	48
Tabla 32: Equipo de trabajo	49
Tabla 33: Máquinas y herramientas	49
Tabla 34: Equipo de oficina	49
Tabla 35: Equipo de computación.....	50
Tabla 36: Muebles y enseres	50
Tabla 37: Resumen activos fijos	50
Tabla 38: Capital de trabajo mensual.....	50
Tabla 39: Total inversión	51
Tabla 40: Líneas de financiamiento	51
Tabla 41: Amortización de préstamos bancario.....	51
Tabla 42: Flujo de caja proyectado (5 años)	54
Tabla 43: Estado de resultados proyectado (5 años).....	55
Tabla 44: Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	56
Tabla 45: Coste promedio ponderado de capital.....	57
Tabla 46: Cálculo del VAN.....	57
Tabla 47: Cálculo del TIR.....	57
Tabla 48: Relación beneficio/costo (RBC)	58
Tabla 49: Cálculo del punto de equilibrio en dólares.....	58
Tabla 50: Cálculo del punto de equilibrio en unidades.....	59
Tabla 51: Punto de equilibrio	59
Tabla 52: Razón de Liquidez	60

Tabla 53: Razón de Deuda de Activo.....	60
Tabla 54: Razón de Deuda de Capital.....	61
Tabla 55: Razón de Rentabilidad	61
Tabla 56: Razón de Rentabilidad con relación en Ventas.....	61

Índice de figuras

Figura 1:Modelo de 5 fuerzas de Porter	23
Figura 2: Localización de la empresa.....	27
Figura 3: Bosquejo del área de trabajo.....	28
Figura 4: Diagrama de procesos.....	29
Figura 5: Organigrama Estructural.....	33
Figura 6: Organigrama Funcional	34
Figura 7: Punto de equilibrio.....	60

Índice de anexos

Anexo 1: Encuesta.....	65
Anexo 2: Extractor de jugo	66
Anexo 3: Envasadora	66
Anexo 4: Lavadora de frutas por inmersión Citalsa Lia1	66
Anexo 5: Mesa de selección de rodillos serie MRP.....	66
Anexo 6: Camión Hino año 2015 furgón seco	67
Anexo 7: Pasteurizadora (100l De Capacidad)	67
Anexo 8: Filtro de aluvionado C 25	67
Anexo 9: Computador Combo Intel Celeron 2 Core 4gb 1tb	67
Anexo 10: Laptop Lenovo Core i3 8130 2.2ghz, 1tb, 8gb, bt, w10.....	68
Anexo 11: Impresora Canon G3100 Multifunción Wifi Sistema de Tinta Original.....	68
Anexo 12: Teléfono Empresarial para Call Centrer Panasonic Kxtg340b.....	68
Anexo 13: Sumadora Casio Con Impresora Casio Hr-100tm Check & Reprint.....	68
Anexo 14: Silla giratoria oficinas escritorios.....	69
Anexo 15: Escritorio	69

Anexo 16: Archivador Leader	69
Anexo 17: Sillas de espera	69
Anexo 18: Casilleros	70
Anexo 19: Silla de espera tripersonal.....	70
Anexo 20: Estantería	70
Anexo 21: Gaveta 18 abierta.....	70
Anexo 22: Botas de caucho amarillas punta de acero.....	71
Anexo 23: Delantal Industrial Impermeable Caucho-nitrilo.....	71
Anexo 24: Gorro Desechable Malla Negra 100% Poliéster X 100 Unidades.....	71

Índice de cuadros

Cuadro 1: ¿Cuál es su edad?	12
Cuadro 2: ¿Cuál es el rango de ingresos de su familia?.....	13
Cuadro 3: ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?	14
Cuadro 4: ¿Qué marca de concentrados de frutas prefiere consumir?.....	15
Cuadro 5: ¿A qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?.....	16
Cuadro 6: ¿Conoce usted los concentrados a base de cítricos?.....	17
Cuadro 7: ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrados cítricos que ayude a la salud?.....	18
Cuadro 8: ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?.....	19
Cuadro 9:¿ Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?.....	20
Cuadro 10: ¿Qué medio de comunicación prefiriere para enterarse sobre el proyecto?.....	21

Índice de gráficos

Gráfica 1: ¿Cuál es su edad?	12
Gráfica 2: ¿Cuál es el rango de ingresos de su familia?.....	13
Gráfica 3: ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?	14

Gráfica 4: ¿Qué marca de concentrados de frutas prefiere consumir?.....	15
Gráfica 5: ¿A qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?.....	16
Gráfica 6: ¿Conoce usted los concentrados a base de cítricos	17
Gráfica 7: ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrado cítricos que ayude a la salud?	18
Gráfica 8: ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?.....	19
Gráfica 9: ¿Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?.....	20
Gráfica 10: ¿Qué medio de comunicación prefiriere para enterarse sobre el proyecto?.....	21

Resumen

El presente plan de negocio se determina la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el Cantón Chone el cual está compuesto por los siguientes puntos importantes:

En el capítulo 1 se estableció el Planteamiento del Problema donde se detalló los beneficios de consumir frutas, verduras y los problemas de diversas investigaciones relacionadas al tema de estudio, además esta investigación tiene como objetivo crear una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el Cantón Chone. También se puede decir que en el Cantón no existe una empresa que se dedique a elaborar concentrados cítricos con características similares a la que se propone en este proyecto, pero si existe una empresa que se dedica a la compra y venta de cítricos en estado natural. Además, la metodología utilizada en esta investigación es exploratoria y descriptiva y se ha utilizado como medio de obtención de datos la encuesta para determinar el nivel de aceptación de los concentrados cítricos en la población objetivo del proyecto.

En el capítulo 2 se estableció el Planteamiento Estratégico, la Visión del proyecto que es ser la empresa nacional de referencia en la extracción de productos derivados de cítricos y con una Misión de posicionarnos como una marca reconocida a nivel nacional por sus deliciosos concentrados, su excelente servicio y sobre todo por la calidad de los productos, asimismo en este punto se realizó el análisis interno (fortalezas y debilidades).

Dentro del capítulo 3 del Estudio de Mercadotecnia tenemos el análisis externo (amenazas y oportunidades), de igual manera la segmentación de mercado que está dividida en factores demográficos (edad: 8 años hasta los 75 años, sexo: hombres y mujeres) y geográficos (habitantes del Cantón Chone) y según el cálculo de la muestra se determinó 382 encuestas y en el desarrollo del proyecto se encuentra el análisis e interpretación de los resultados

obtenidos en la encuesta realizada en el Cantón Chone. Otro punto importante en este trabajo es el Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza), por ejemplo según el precio está basado en el precio de los competidores, costo de la materia prima y tipo del material para el envase, también se realizó un análisis competitivo (Porter) donde analizamos el poder de negociación del cliente, poder de negociación del proveedor, amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos o servicios sustitutos y la rivalidad entre los competidores existentes.

De igual forma dentro del capítulo 4 sobre la Descripción del Producto encontramos las características del producto o servicio, análisis comparativos con productos similares. Además, en el capítulo 5 sobre el Estudio Técnico encontramos la descripción de las características de localización del negocio, la realización de un bosquejo del área de trabajo, el diagrama de procesos, el listado de máquinas, equipos y herramientas, el cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo y el listado de los proveedores. Al mismo tiempo en el estudio organizacional está el organigrama estructural y funcional, también las funciones según las responsabilidades de cada persona y la previsión de RRHH.

Dentro del capítulo 6 sobre el Estudio Legal y societario se encuentra el marco legal y los requisitos para su legitimidad. Además en el Estudio Económico y Financiero se determinó el costo unitario de producción, la estructura de costo y gasto, se estableció el costo de producción, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros, proyección de ventas, el plan de inversión, flujo de caja proyectado a 5 años, estados de resultados, estados de situación financiera, evaluación financiera, punto de equilibrio y razones financieras y por último se concluye que después de conocer los gustos y preferencias de consumo del consumidor, mediante un estudio de mercado, se constató que los concentrados cítricos tendrán una aceptación en el mercado local y se recomienda tener un control cuidadoso en el proceso de la elaboración del producto. Se debe enfatizar en una producción que mantenga las

propiedades nutricionales de los cítricos, para así aprovechar al máximo los beneficios que tiene este tipo de fruta.

Palabras claves: Concentrados cítricos, emprendimiento, Chone, proyecto, inversión.

Summary

The present business plan determines the feasibility for the creation of a company dedicated to the elaboration of citrus concentrates in Canton Chone which is composed of the following important points:

In Chapter 1 the Problem Statement was established, where the benefits of consuming fruits, vegetables and the problems of various research related to the subject of study were detailed, and this research is aimed at creating a company dedicated to the elaboration of citrus concentrates in the Canton Chone. It can also be said that in the canton there is no company dedicated to making citrus concentrates with characteristics similar to the one proposed in this project, but there is a company that is dedicated to buying and selling citrus fruits in their natural state. In addition, the methodology used in this research is exploratory and descriptive and has been used as a means of obtaining data from the survey to determine the level of acceptance of citrus concentrates in the target population of the project.

Chapter 2 established the Strategic Approach, the Vision of the project that is to be the national reference company in the extraction of citrus products and with a Mission to position ourselves as a nationally recognized brand for its delicious concentrates, its excellent service and above all for the quality of the products, also in this point the internal analysis was carried out (strengths and weaknesses).

Within chapter 3 of the Marketing Study we have the external analysis (threats and opportunities), as well as the market segmentation that is divided into demographic factors (age: 8 years to 75 years, sex: men and women) and geographical factors (inhabitants of Cantón Chone) and according to the calculation of the sample, 382 surveys were determined and in the development of the project there is the analysis and interpretation of the results obtained in the survey carried out in the Chone Canton. Another important point in this work is

the Study of the variables of the Marketing Mix (product, price, promotion, place), for example according to the price is based on the price of the competitors, cost of the raw material and type of material for the container, a competitive analysis was also carried out (Porter) where we analyzed the negotiation power of the client, the negotiation power of the supplier, the threat of new competitors, the threat of substitute products or services and the rivalry between existing competitors.

Similarly, in chapter 4 on the Product Description we find the characteristics of the product or service, comparative analysis with similar products. In addition, in chapter 5 on the Technical Study we find the description of the characteristics of business location, the realization of a sketch of the work area, the process diagram, the list of machines, equipment and tools, the calculation of materials and raw material to be used in the production process and the list of suppliers. At the same time in the organizational study is the structural and functional organization, also the functions according to the responsibilities of each person and the HR forecast.

Within chapter 6 on the Legal and Corporate Study is the legal framework and the requirements for its legitimacy. In addition, the Economic and Financial Study determined the unit cost of production, the structure of cost and expense, established the cost of production, administrative expenses, sales expenses, financial expenses, sales projection, investment plan, flow of case projected to 5 years, income statements, statements of financial situation, financial evaluation, balance point and financial ratios and finally it is concluded that after knowing the tastes and preferences of consumer consumption, through a market study, it was found that the citrus concentrates will have an acceptance in the local market and it is recommended to have a careful control in the process of the elaboration of the product. Emphasis should be placed on a production that maintains the nutritional properties of citrus fruits, in order to take full advantage of the benefits of this type of fruit.

Keywords: Citrus concentrates, entrepreneurship, Chone, project, investment.

Introducción

Los cítricos son importantes para la alimentación del ser humano pues aportan una gran cantidad de beneficios alimenticios para la salud, ya que contienen una gran cantidad de vitamina C, que aportan al cuerpo propiedades, curativas y preventivas contra varias enfermedades, además las bebidas de cítricos abarcan mucho terreno en la industria de bebidas.

Por lo tanto, la presente investigación se desarrolla en el ámbito de crear una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos que ayude a mejorar en gran parte la economía del cantón Chone, además se estructuró una encuesta que permitió conocer los gustos y preferencias del consumidor el tamaño del producto, nivel de consumo y tipo de envase, asimismo los resultados de los estados financieros permitieron conocer el punto de equilibrio en dólares y en unidades, también las razones de liquidez son puntos importantes para el análisis de la rentabilidad del proyecto.

1. Descripción del Proyecto

1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día los beneficios de consumir frutas y verduras son conocidos en todo el mundo, además de tener una gran cantidad de compuestos bioactivos como vitaminas y licopeno, ingerirlas también ayuda a promover la salud y disminuir el peligro de enfermedades, entre otras cosas.

Las empresas dedicadas a la industrialización de diferentes frutas tienen diferentes problemas por ejemplo según el estudio que realizó Castro (2014) en su proyecto de investigación determinó que “la producción agrícola en la región es tradicional y poco tecnificada; los sistemas de producción agrícola analizados se desarrollan con prácticas y técnicas de cultivo tradicionales, situación que no promueve su competencia productiva, ambiental, social y económica” (Castro, 2014, p15).

Además, el autor estableció que los “procesos de cosecha y postcosecha son deficientes y no se aprovechan las infraestructuras existentes, tales como centros de acopio, maquinaria y centros de procesamiento” (Castro, 2014, p15).

También en el estudio de Duque & Taborda (2004) establecieron que existen otras problemáticas como “la producción de frutas se comercializa totalmente en fresco y sin ningún proceso de agregación de valor, que le permita al productor tener posibilidad de aumentar sus ingresos y a la vez generar desarrollo económico en el distrito” (Duque & Taborda, 2004, p2).

No obstante, en la actualidad la tecnología ha avanzado mucho en el campo de los alimentos. Según Duque & Taborda (2004):

En décadas pasadas, se realizaron muchas investigaciones en la que se demostró que el procesamiento de alimentos no sólo abarca la calidad de las materias primas, el proceso de manufactura, el cambio químico en el proceso de almacenamiento, la función enzimática y

microbial, el empaque y las preferencias del consumidor, sino también la maquinaria y equipo utilizado en el procesamiento de alimentos. (Duque & Taborda, 2004, p6)

El autor también determino que “de acuerdo con la actual tendencia del mercado, el procesamiento automático de alimentos es el método más práctico no sólo porque incrementa la eficiencia del producto, sino también porque es más higiénico” (Duque & Taborda, 2004, p6).

En Ecuador se han realizado varios estudios en los que se detectaron varios problemas como los identifica Fuentes (2012) en su investigación establece que “el país tiene poco desarrollo agroindustrial por la falta de acciones eficientes por parte de los sectores productivos del país y los antiguos gobiernos han sido una de las principales causas de ésta” (Fuentes, 2012, p2).

Además, el país es mayormente exportador de productos agrícolas después del petróleo y genera un fuerte ingreso de divisas al estado, por lo que el gobierno actual promueve leyes que incentivan a los pequeños y medianos empresarios a la exportación de sus productos.

También Tommy Fuentes en su investigación destaca que el Ecuador está en la lista de países exportadores de jugos y concentrados, lo que corresponde a que el país geográficamente se encuentra en la capacidad de producir frutas debido a sus estaciones. Asimismo, dice que:

Los jugos y concentrados de frutas naturales son productos muy requeridos debido a su gran versatilidad; pues no solamente son utilizados para producir bebidas refrescantes, sino también para la industria alimentaria, como es la preparación de aderezos y condimentos para las comidas, alimentos para niños, e industrias químicas y farmacéuticas. (Fuentes, 2012, p3)

Por último, el autor identifico que la mayor producción de naranja se encuentra en 5 zonas las cuales son:

La provincia de Manabí con 86.000 Tm, seguido de Los Ríos con 57.000 Tm, La Sierra con 51.000 Tm, Bolívar con 57.000 Tm y Esmeraldas con 26.538 Tm. Si bien la superficie cosechada ha crecido a grandes pasos, en tanto la producción ha decaído, y esto se debe a que en muchas zonas no existen buenas prácticas agrícolas y agroindustriales, incluyendo una correcta fertilización, poda y riego periódicamente. (Fuentes, 2012, p18)

En el cantón Chone existe un centro de acopio llamado ExoFrut administrado por Valeria Ávila el que se dedica a la compra de frutas para su distribución en la provincia del Guayas a empresas que se encargan de procesarlas.

Juan Dueñas, técnico del departamento de Desarrollo Productivo de Chone, aseguró que “la producción de cítricos se concentra en las parroquias Santa Rita, Ricaurte, Convento y Eloy Alfaro ya que son los sectores que más producen frutas en Chone, se estima una cosecha de 70 toneladas métricas de cítricos por día”. (ElDiario, 2016)

Además, mencionó que la producción se da en invierno y verano por lo tanto gran parte de estas frutas se pierden cuando los caminos rurales se destruyen debido a la llegada de las lluvias lo que dificulta la comercialización de la producción y hace que se escasee en los mercados del cantón y los precios aumenten.

En la actualidad se está realizando un proyecto para la implementación de una industria de cítricos que agregue valor a la producción agrícola y repotencie la economía cantonal, porque se han dado cuenta de que en ciertas cosechas se pierde una gran parte por falta de demanda local o porque los caminos vecinales están en mal estado lo que impide sacarlas al mercado, pero por el momento dicho plan se encuentra en fase de elaboración y levantamiento de información pero que cuenta con el apoyo de varias asociaciones de productores de cítricos y también tiene el apoyo del municipio del cantón.

De acuerdo con la información antepuesta en mi proyecto y de una vez analizada se puede identificar la gran importancia de que exista una planta que elabore productos de los cítricos para aprovechar el alto volumen de producción que existe en la localidad y a su vez obtener un beneficio que potencialice la economía en la provincia.

También, es importante tener en cuenta que generará una fuente de empleo y a su vez un bienestar social y económico en el cantón, consecuentemente se establecería un plan de compras con los productores de cítricos en el cual ellos estarían beneficiados porque se costearían los precios y se tendría una compra constante y eficaz.

1.1.1. Formulación del problema

¿Es posible la implementación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos, ubicada en el cantón de Chone?

1.2. Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivo general.

Crear una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Elaborar concentrados cítricos a base de naranja, limón y mandarina que reúna las características y condiciones necesarias para el consumo de la población.
- Establecer un esquema técnico para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone.
- Diseñar la estructura legal y administrativa que nos permita crear la empresa
- Realizar un estudio económico financiero y evaluar los resultados para establecer la viabilidad del proyecto.

1.3. Justificación del Proyecto

1.3.1. Justificación teórica

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de diferentes teorías las nociones básicas de mercadeo, además encontrar explicaciones a situaciones internas de la empresa como la baja en ventas de concentrados y del entorno externo como el mercadeo y competencia que afectan a las empresas locales.

De acuerdo con lo analizado “los cítricos son especies pertenecientes al género *Citrus* cuyos frutos poseen un característico sabor ácido y son ricos en aceites esenciales. Existen muchas variedades, pero las más conocidas son la naranja, el limón, la mandarina y la toronja” Cervera (2017). Además, según la investigación “los frutos cítricos son generalmente alimentos ricos en vitamina C y ácido fólico, que ayudan al cuerpo a aumentar las defensas contra las infecciones y enfermedades” Cervera (2017). La cantidad de vitamina C que requiere una persona por día depende de su edad que expresadas en miligramos (mg), se le recomienda a cada individuo de diferentes edades son las siguientes:

Tabla 1: Vitamina recomendada

Etapa de la vida	Cantidad recomendada
Bebés hasta los 6 meses de edad	40 mg
Bebés de 7 a 12 meses de edad	50 mg
Niños de 1 a 3 años	15 mg
Niños de 4 a 8 años	25 mg
Niños de 9 a 13 años	45 mg
Adolescentes (varones) de 14 a 18 años	75 mg
Adolescentes (niñas) de 14 a 18 años	65 mg
Adultos (hombres)	90 mg
Adultos (mujeres)	75 mg
Adolescentes embarazadas	80 mg
Mujeres embarazadas	85 mg
Adolescentes en período de lactancia	115 mg
Mujeres en período de lactancia	120 mg

Fuente: National Institutes of Health

Asimismo, el consumo elevado de vitamina C puede ser perjudicial y dar lugar a complicaciones gastrointestinales tales como: diarrea, náuseas y cólicos estomacales, del mismo modo a continuación se detallan las cantidades máximas que una persona puede consumir dependiendo de su edad: (National Institutes of Health, 2016)

Tabla 2: Vitamina máxima

Etapa de la vida	Límite máximo recomendado
Bebés hasta los 12 meses de edad	No se ha determinado
Niños de 1 a 3 años	400 mg
Niños de 4 a 8 años	650 mg
Niños de 9 a 13 años	1,200 mg
Adolescentes de 14 a 18 años	1,800 mg
Adultos	2,000 mg

Fuente: National Institutes of Health

1.3.2. Justificación practica

Actualmente en el mercado establecido que es el Cantón Chone no existe una empresa que se dedique a elaborar concentrados cítricos con características similares a la que se propone en este proyecto, pero si existe una empresa que se dedica a la compra y venta de cítricos en estado natural, además se está realizando un proyecto para la creación de una planta industrial que permitirán recolectar la materia prima del cantón, por lo tanto se puede determinar que de manera tradicional se “suelen consumir los cítricos al natural, pero se pueden utilizar de muchas maneras como en la cocina, donde se aprovecha el zumo, la pulpa, la piel y la parte blanca, y se logran combinar perfectamente con todo tipo de alimentos” Cervera (2017).

Además, se los puede utilizar para preparar gran variedad de jugos, elabóralos usando frutas frescas y mezclando con cítricos como mandarina o la naranja para ganar un sabor más exquisito.

1.3.3. Justificación metodológica

La metodología utilizada en esta investigación es exploratoria y descriptiva, en la primera se trata asuntos pocos estudiados y específicos y en la segunda se trata de características específicas que tiene cierto producto o servicio, además se cumple con el objetivo general que es conocer y determinar los parámetros importantes para crear una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone consecuentemente esta metodología es válida pues se ha contado con información confiable y verídica. También se ha utilizado como medio de obtención de datos la encuesta para determinar el nivel de aceptación de los concentrados cítricos en la población objetivo del proyecto.

1.4. Delimitación del Proyecto

1.4.1. Delimitación geográfica

Este proyecto se llevará a cabo en el cantón Chone, Provincia de Manabí, Ecuador.

1.4.2. Delimitación temporal

El **proyecto** de emprendimiento se inició en noviembre del 2018 y se culminará en el mes de febrero del 2019.

1.4.3. Delimitación social

Consumidores de productos elaborados a base de cítricos en el cantón.

2. Planteamiento estratégico

2.1. Visión

Ser la empresa nacional de referencia en la extracción de productos derivados de cítricos.

2.2. Misión

Posicionarnos como una marca reconocida a nivel nacional por sus deliciosos concentrados, su excelente servicio y sobre todo por la calidad de los productos.

2.3. Valores empresariales

- **Calidad:** Búsqueda de la excelencia empresarial.
- **Excelencia:** Proporcionar a los clientes productos y servicios de calidad y en constante mejora.
- **Compromiso ambiental:** Responsabilidad en buscar un equilibrio en los aspectos ambientales y las actividades realizadas por la empresa.

2.4. Análisis interno del Proyecto

Fortalezas:

- Ubicación geográfica
- Materia prima local
- Alto valor nutritivo

Debilidades:

- Empresa nueva y con poca experiencia
- Capital limitado
- Materia prima perecible

3. Estudio de mercadotecnia

3.1. Análisis externo

Amenazas:

- Cambios climáticos
- Crisis económica
- Importación de productos similares al mercado ecuatoriano

Oportunidades:

- Ubicación en una zona estratégica
- Publicidad en redes sociales
- Pocas empresas similares en el cantón

3.2. Segmento de Mercado

Para dar inicio a las actividades de comercialización del producto, se ha seleccionado el Cantón Chone por su nivel de producción y movimiento del mercado.

La segmentación del mercado permitirá identificar a los posibles consumidores de los productos a comercializar:

Tabla 3: Segmentación de mercado

SEGMENTACION DE MERCADO	
FACTORES DEMOGRAFICOS	Edad: 8 años hasta los 75 años Sexo: hombres y mujeres
FACTORES GEOGRAFICOS	Habitantes del cantón Chone

Fuente: Elaboración propia

3.2.1. Determinación de la muestra

Según cifras del Inec (2010) la población del Cantón Chone es de 126.491 habitantes del último censo realizado, dicha cantidad de personas será el tamaño de la muestra para realizar el cálculo de las personas a encuestar.

3.2.2. Cálculo de la muestra

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confiabilidad

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

E= error de estimación

N= tamaño de población

Formula:

Z= 1.96
p= 0.5
q= 0.5
E= 0.05
N= 126491

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

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 126491}{126491 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = 382$$

Según el cálculo realizado nos da como tamaño de la muestra a 382 personas las cuales serán encuestadas en los distintos lugares del Cantón Chone que se detallarán a continuación:

Tabla 4: Distribución de los lugares a encuestar

LUGARES EN DONDE SE REALIZARAN LAS ENCUESTAS	
Chone	120
San Antonio	71
Santa Rita	71
San Andrés	60
Pavón	60

TOTAL**382**

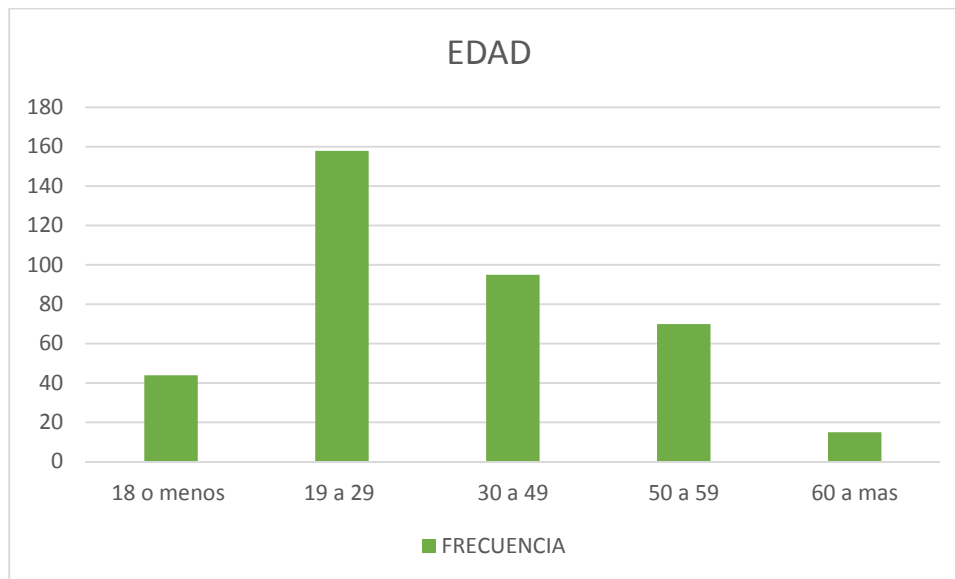
Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el Cantón Chone

3.2.3.1. ¿Cuál es su edad?

Cuadro 1: ¿Cuál es su edad?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 o menos	44	11,52%
19 a 29	158	41,36%
30 a 49	95	24,87%
50 a 59	70	18,32%
60 a mas	15	3,93%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

*Gráfica 1: ¿Cuál es su edad?
Fuente: Encuesta aplicada a muestra*

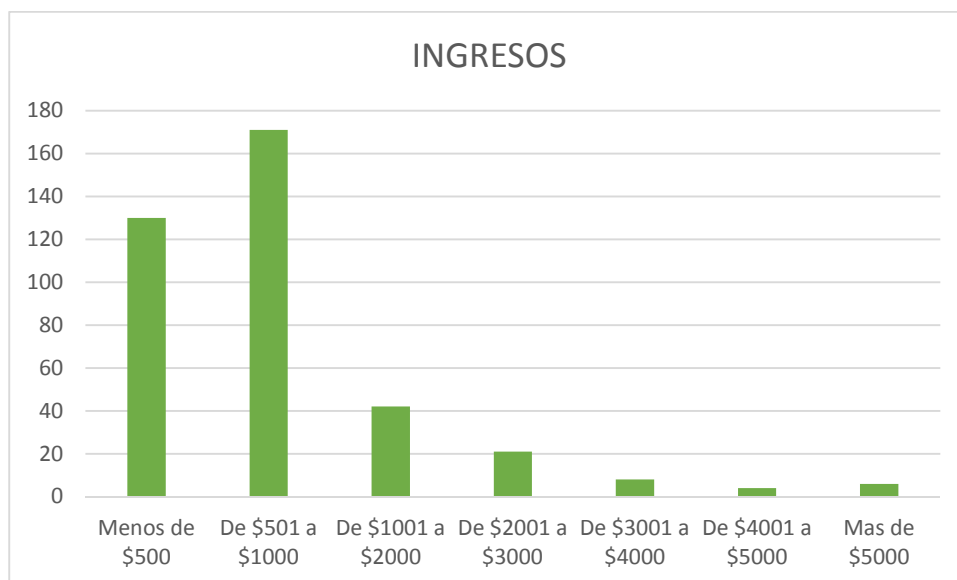
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°1, se puede apreciar que: el mayor número de encuestados tiene de 19 a 29 años, obteniendo el mayor porcentaje (41.36%) y que significaría gran parte de los solicitantes del producto de la empresa.

3.2.3.2. ¿Cuál es el rango de ingresos de su familia?

Cuadro 2: ¿Cuál es el rango de ingresos de su familia?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$500	130	34,03%
De \$501 a \$1000	171	44,76%
De \$1001 a \$2000	42	10,99%
De \$2001 a \$3000	21	5,50%
De \$3001 a \$4000	8	2,09%
De \$4001 a \$5000	4	1,05%
Más de \$5000	6	1,57%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 2: ¿Cuál es el rango de ingresos de su familia?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

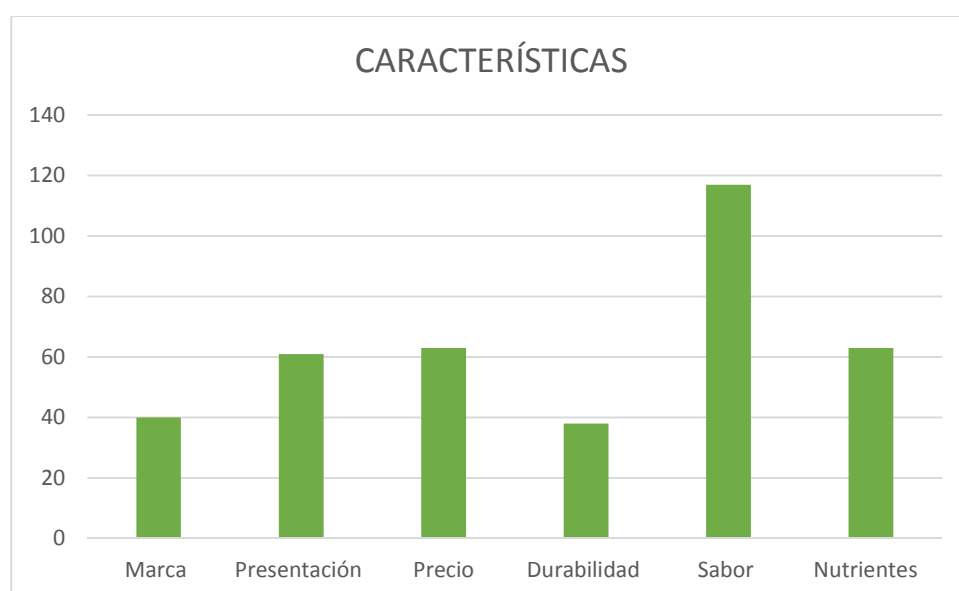
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°2, se puede apreciar que: el nivel de ingresos económicos en las familias de Chone las cuales no llegan a superar el nivel entre \$501 y \$1000. La elección con mayor porcentaje (44,76%).

3.2.3.3. ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?

Cuadro 3: ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Marca	40	10,47%
Presentación	61	15,97%
Precio	63	16,49%
Durabilidad	38	9,95%
Sabor	117	30,63%
Nutrientes	63	16,49%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 3: ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

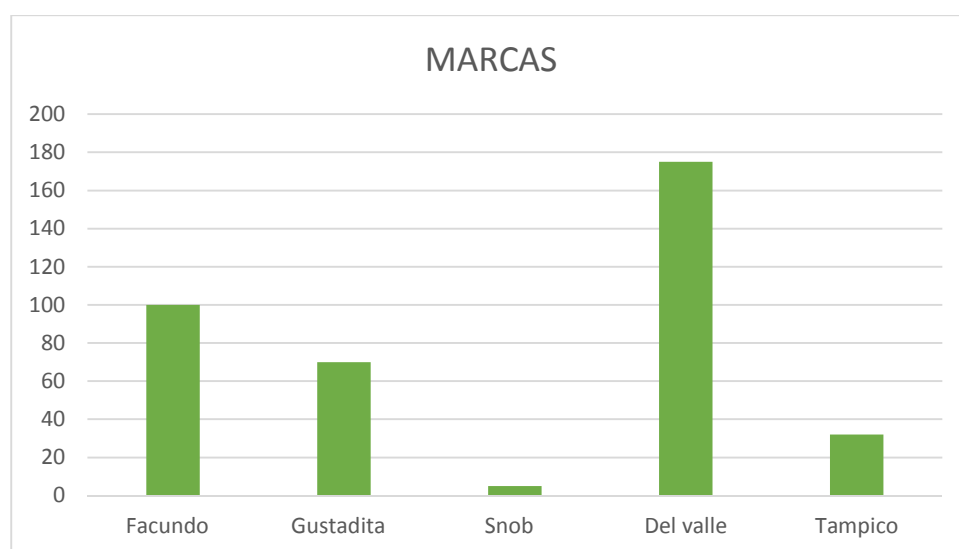
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°3, se aprecia que: el sabor es un elemento preciso y quizás el más significativo para las personas encuestadas al momento de comprar un concentrado. También se tiene que considerar los otros componentes como son: el precio, el contenido nutricional y la presentación en la que se está ofertando dicho producto.

3.2.3.4. ¿Qué marca de concentrado de frutas prefiere consumir?

Cuadro 4: ¿Qué marca de concentrados de frutas prefiere consumir?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facundo	100	26,18%
Gustadita	70	18,32%
Snob	5	1,31%
Del valle	175	45,81%
Tampico	32	8,38%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 4: ¿Qué marca de concentrados de frutas prefiere consumir?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

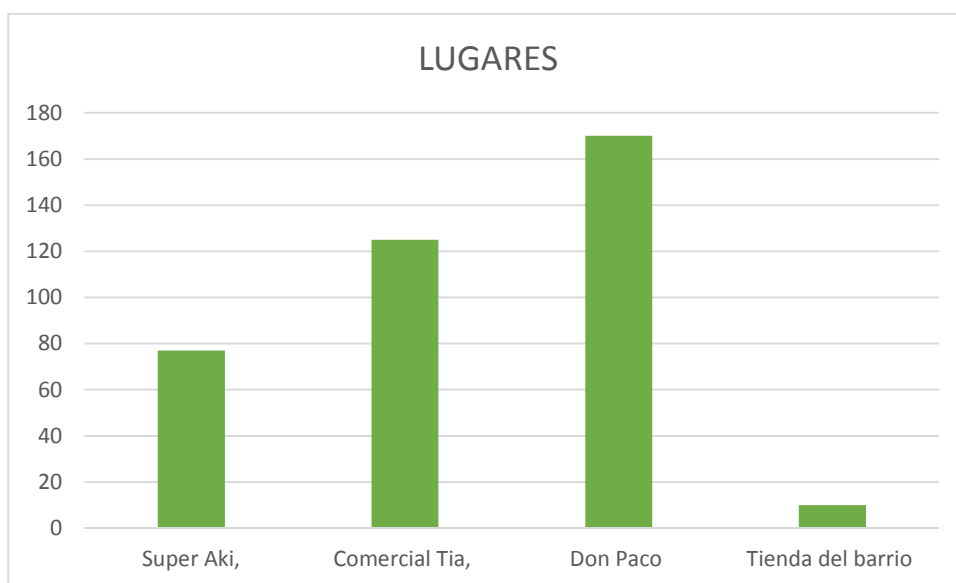
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°4, se observa que: la marca de concentrados de frutas que demuestra mayor solicitud es Del valle. Asimismo, están otras marcas como: Facundo o Tampico.

3.2.3.5. ¿A qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?

Cuadro 5: ¿A qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Súper Aki,	77	20,16%
Comercial Tía	125	32,72%
Don Paco tienda	170	44,50%
Tienda del barrio	10	2,62%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 5: ¿A qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

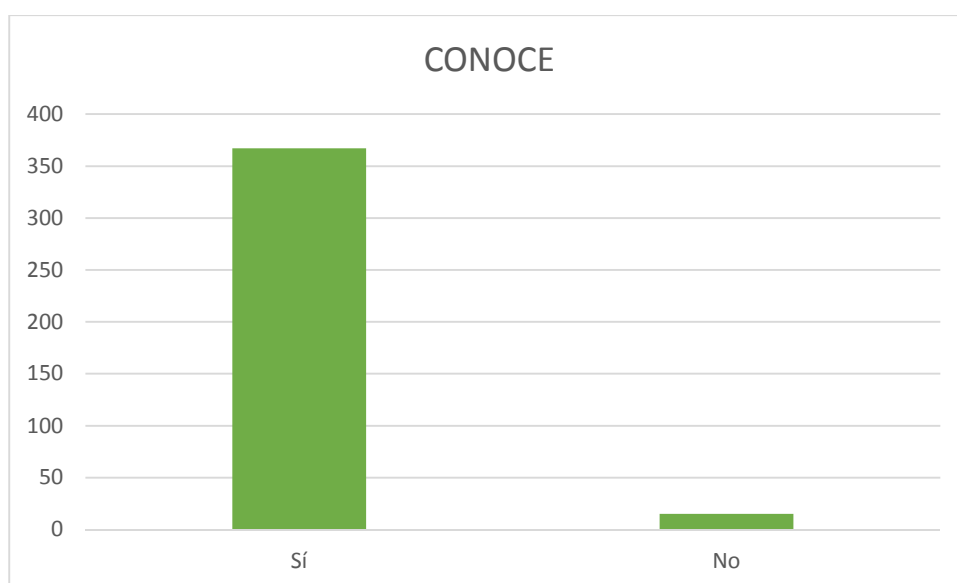
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°5, se puede apreciar que: los lugares de mayor afluencia de personas para comprar concentrados de frutas en Chone son Don Paco y comercial Tía, los cuales representan al 44,50% y 32,72% respectivamente. Igualmente, Súper Aki también es muy visitado para las actividades de compras.

3.2.3.6. ¿Conoce usted los concentrados a base de cítricos?

Cuadro 6: ¿Conoce usted los concentrados a base de cítricos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	367	96,07%
No	15	3,93%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 6: ¿Conoce usted los concentrados a base de cítricos

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

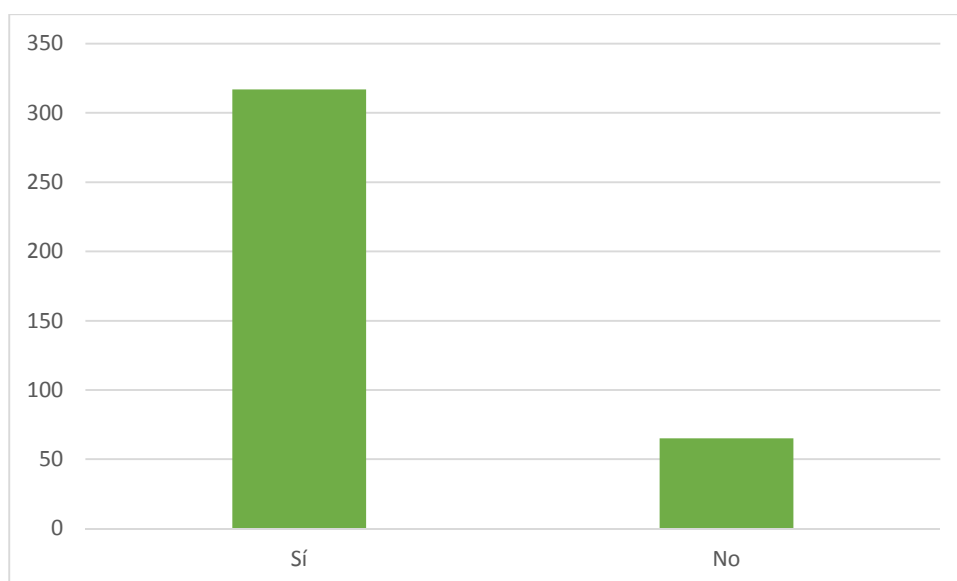
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°6, se nota que: un 96.07% de personas conocen los concentrados a base de cítricos. Mientras se efectuaba la encuesta, las personas decían que los cítricos como la naranja, limón y mandarina tienen muchos nutrientes y evitan enfermedades.

3.2.3.7. ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrados cítricos que ayude a la salud?

Cuadro 7: ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrados cítricos que ayude a la salud?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	317	82,98%
No	65	17,02%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 7: ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrado cítricos que ayude a la salud?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

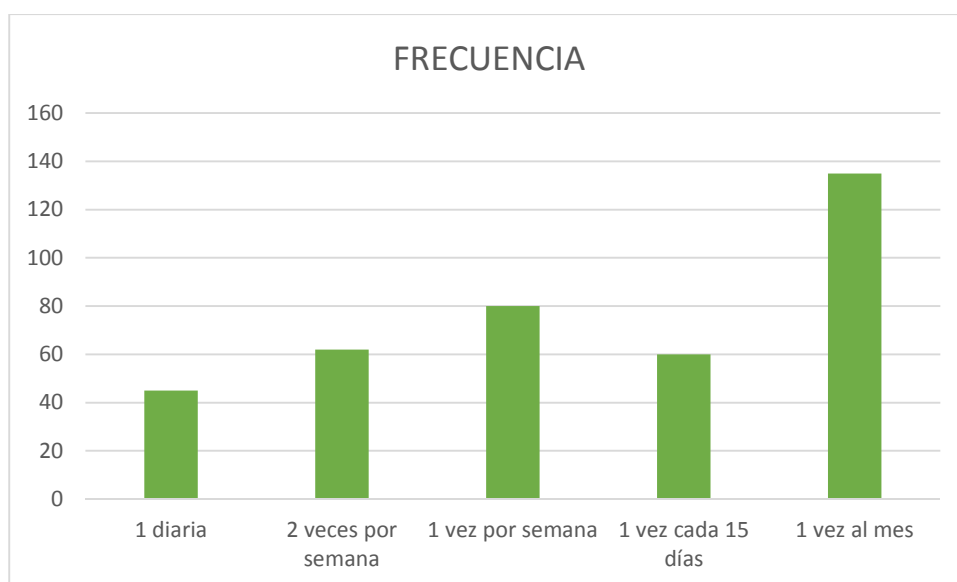
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°7, se observa que: a un 82.98% de las personas encuestadas les gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrados cítricos con altos nutrientes naturales que beneficien su salud.

3.2.3.8. ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?

Cuadro 8: ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 diaria	45	11,78%
2 veces por semana	62	16,23%
1 vez por semana	80	20,94%
1 vez cada 15 días	60	15,71%
1 vez al mes	135	35,34%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 8: ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°8, se aprecia que:

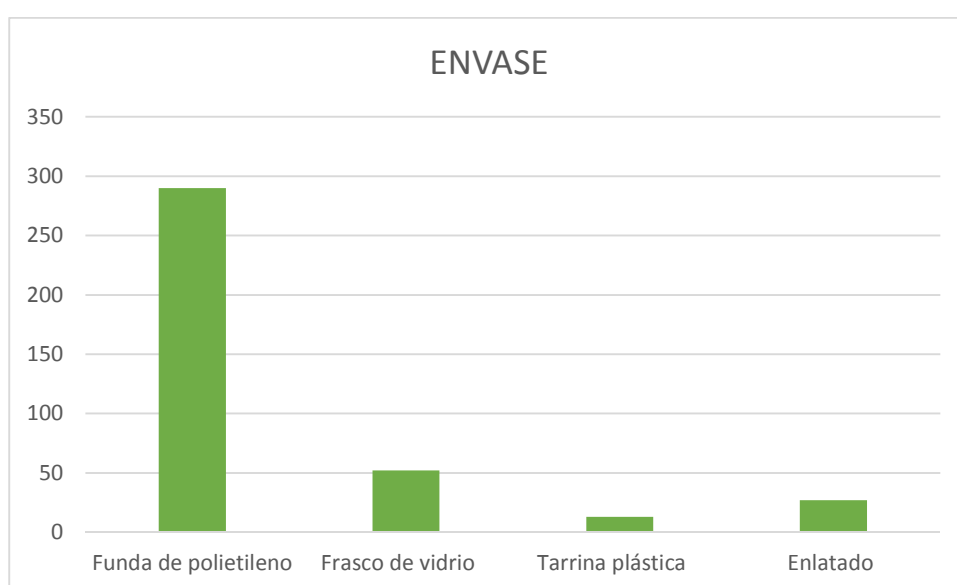
la mayoría de las personas encuestadas (35.34%) solo comprarían el concentrado una vez al mes, pero también esta otro grupo que lo adquiriría una vez a la semana con un porcentaje de (20,94%).

3.2.3.9. ¿Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?

Cuadro 9: ¿Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda de polietileno	290	75,92%
Frasco de vidrio	52	13,61%
Tarrina plástica	13	3,40%
Enlatado	27	7,07%
Total	382	100

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 9: ¿Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

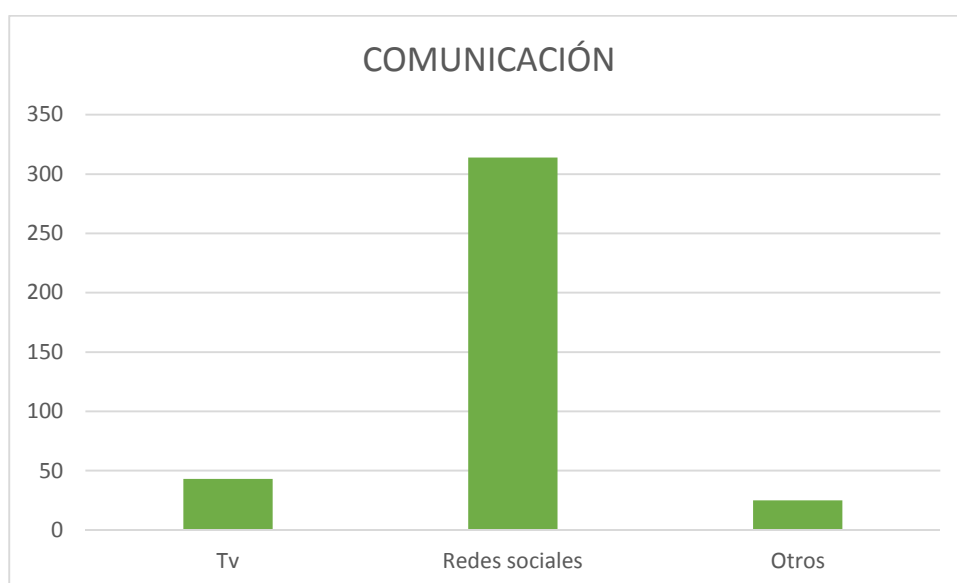
Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°9, se nota que: el tipo de envase que es de preferencia para las personas encuestadas son las fundas de polietileno (75.92%), puesto que estos conservan de una mejor manera los productos.

3.2.3.10. ¿Qué medio de comunicación prefiriere para enterarse sobre el proyecto?

Cuadro 10: ¿Qué medio de comunicación prefiriere para enterarse sobre el proyecto?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv	43	11,26%
Redes sociales	314	82,20%
Otros	28	6,54%
Total	454	100

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra



Gráfica 10: ¿Qué medio de comunicación prefiriere para enterarse sobre el proyecto?

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra

Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra, en la pregunta n°10, se observa que: las redes sociales (82,20%) son un medio para dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

3.3. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

3.3.1. Producto

El producto que la empresa fabrica a base de los cítricos es el concentrado congelado, teniendo un diseño muy llamativo para atraer al cliente además estará a la venta en varios sabores como naranja, mandarina, y limón, el concentrado estará envasado en bolsas fáciles de manipular y resistentes al calor para mantenerlo mejor preservado asimismo se podrá adquirir en la presentación de 1000ml, contando con los más altos estándares de calidad.

3.3.2. Precio

El precio que manejara la empresa están basados en lo siguiente:

- Según el precio de los competidores del mercado.
- Según el costo de la materia prima.
- Según el tipo de material para el envase del producto.

3.3.3. Promoción

Se realizarán anuncios en tv y las diferentes plataformas de redes sociales por las que circula con mayor eficiencia la información a los clientes, en las cuales se presentarán las características de los productos y promociones que ofrece la empresa.

3.3.4. Plaza

La plaza o distribución de la empresa serán las tiendas, minimarket y supermercados. La empresa manejara dos modalidades de producción que son: bajo pedido y para almacenar.

Los puntos de ventas deberán contar con áreas adecuadas para mantener los productos en las condiciones requeridas para una mayor preservación de estos.

3.4. Análisis competitivo (Porter)

Se ha escogido el modelo de las 5 fuerza de Porter, en el cual se identifica las cinco fuerzas competitivas que determinan el grado de renta y atractivo que tiene un determinado sector: poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos o servicios sustitutivos y rivalidad entre competidores.

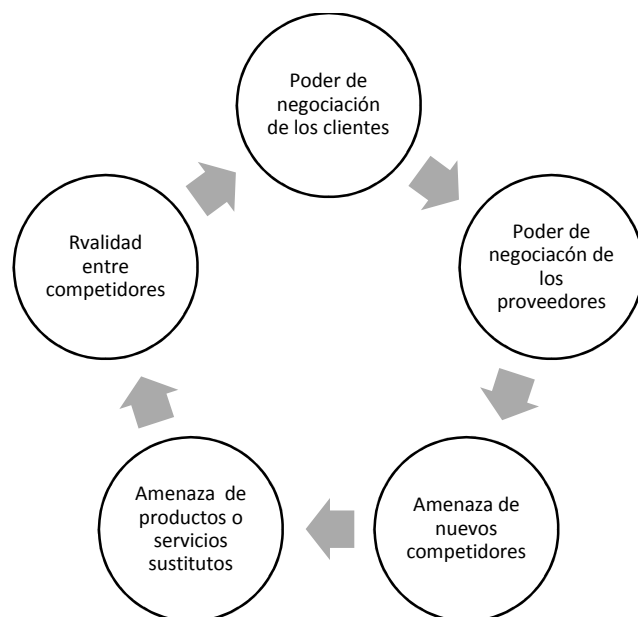


Figura 1: Modelo de 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia

3.4.1. Poder de negociación del cliente

Indudablemente, los compradores poseen un gran poder de negociación porque sin ellos es imposible vender los productos a su disposición.

Un factor que influye en el nivel de poder que tienen los consumidores es la diferencia que hay en los productos que se comercializan en el medio, porque los clientes tienen la opción de elegir al proveedor que les suministrara los bienes o servicios y a su vez buscando las mejores ofertas y promociones.

Además, hay una alta presencia de productos sustitutos y esto eleva el poder de negociación que en el tiempo se vuelve una amenaza cuando los compradores exigen mejores precios o

cuando solicitan mayor calidad y un mejor servicio y esto hace que incremente el coste de producción.

Por último, el consumidor es tradicional y cauteloso, por lo que le cuesta cambiar su conducta al momento de realizar sus compras.

3.4.2. Poder de negociación del proveedor

Actualmente en el cantón Chone exigen muchos productores de frutas los cuales venden sus productos al centro de acopio que se encuentra en la ciudad o mercados de esta, otra parte de ellos dejan perder sus cultivos en sus propiedades por diferentes razones.

Por lo tanto, el cantón Chone es un mercado atractivo por su gran cantidad de productores de frutas los cuales serían los principales proveedores de materia prima para realizar los productos que se planean elaboran en la empresa.

3.4.3. Amenaza de nuevos competidores

Las amenazas de la empresa pueden surgir al no ser un mercado explotado y se puede dar el caso de un ingreso de competidores potenciales si al negocio le fueran bien sus actividades, es muy posible que aparezcan nuevos contendientes una vez que se haya establecido la organización.

También se puede dar el proceso en el cual los competidores ya existentes en el mercado pueden amplificar su rango de operaciones o en el caso del centro de acopio podría abrir otras sucursales para aumentar sus actividades comerciales lo que obstaculizaría el desarrollo de la empresa.

3.4.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

En el cantón Chone existe un centro de acopio de frutas que se dedica a comprar dichos productos, también existen los comerciantes que adquieren la producción directamente de los productores.

Además, en los diferentes negocios se pueden encontrar productos tales como: frutas en estado natural, jugos manufacturados (para preparar y naturales), gaseosas, pulpas entre otros, los cuales vienen a ser una amenaza para los productos que se piensan ofertar, es recomendado utilizar procesos de innovación que faciliten la aceptación por parte de los clientes.

3.4.5. Rivalidad entre los competidores existentes

La rivalidad de los competidores en el cantón se encuentra diversificada por los diferentes integrantes del mercado, entre ellos los comerciantes formales e informales de frutas que son los que mayor movimiento tienen a la hora de vender los cítricos en estado natural, también el centro de acopio de cítricos se suma a la competencia porque tiene años de experiencia en el mercado y esto atrae a los productores de frutas para vender sus productos.

Una vez analizada la rivalidad existente en el mercado se puede constatar que la empresa tendrá una fuerte competencia directa con los comerciales formales e informales y el centro de acopio de frutas, en la cual la empresa debe plantear estrategias para superarse y ganar más mercado frente a sus rivales.

4. Descripción del producto

4.1. Características del producto / servicios

A continuación, se describirán las características del posible producto que tendrá a disposición la empresa:

Tabla 5: Características de los productos

Características de los productos			
Producto	Sabor	Empaque	Presentación
Concentrado congelado	Naranja, limón, mandarina	Bolsas de polietileno	1000 ml

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 se demuestra el producto que la empresa elaborará como es el concentrado congelado el cual estará disponible en diferentes sabores como son naranja, limón, mandarina, asimismo la presentación es de 1000ml que estará envasado en una bolsa resistente para evitar daños en el envío para su comercialización.

4.2. Análisis comparativos con productos similares

Los productos sustitutos son los bienes que desempeñan la misma función para el mismo grupo de clientes, por lo tanto, existen varios productos que responden a la misma necesidad que los concentrados de la empresa, los productos sustitutos del mercado para los concentrados de la organización lo constituyen:

- Frutas frescas
- Té
- Gaseosa
- Jugos
- Bebidas energéticas

5. Estudio Técnico

5.1. Descripción de las características de localización del negocio

El negocio que se plantea montar debe ubicarse fuera de la zona residencial de Chone, por lo cual se eligió la vía Chone – Boyacá a una distancia de 4.9 Km de la ciudad, en vehículo se llega en 9 minutos, además tiene la ventaja de contar con una vía transitable todo el año y de fácil acceso para el transporte que realizará el abastecimiento de las frutas.

A continuación, se puede observar la ubicación exacta donde se podría instalar la planta productora de concentrado en Chone:

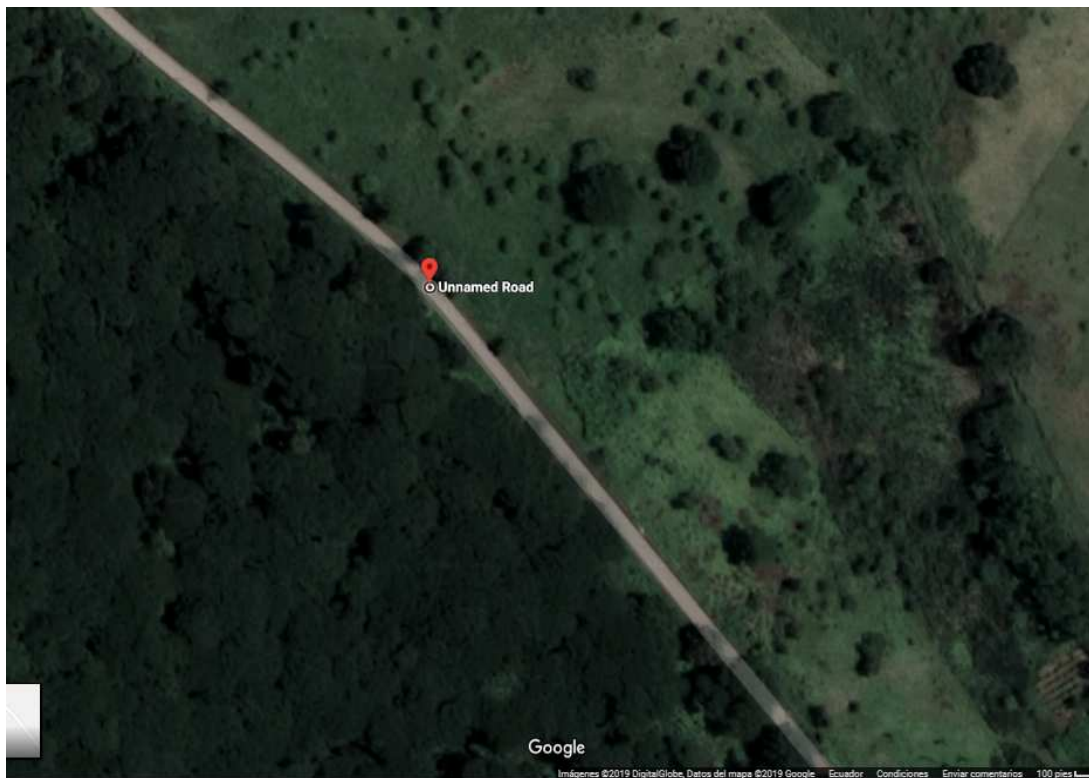


Figura 2: Localización de la empresa

Fuente: Google Maps

Asumiendo la disponibilidad y ubicación de la empresa, se realizará el diseño necesario justificando la ubicación de cada uno de los equipos y zonas requeridas para su producción, con el objetivo de mantener un bosquejo acorde al modelo productivo de la organización.

5.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo

A continuación, se detallará como estará distribuida las áreas de trabajo en la planta productora de concentrado en Chone:



Figura 3: Bosquejo del área de trabajo

Fuente: Irvin Mendoza Alcívar

Conforme a la figura anterior se presenta la manera de cómo queda distribuidas las áreas que tiene la empresa como Administración, Marketing y Compra – Venta, Gerencia, Limpieza, y Bodega, esta última se encarga de suministrar los materiales de oficina, limpieza y repuestos para las máquinas. Además, cuenta con un espacio de carga - descarga, recepción de materia prima, una bodega para guardar la fruta y un almacén que sirve para preservar el producto.

También tiene una distribución coordinada para continuar con el ciclo de producción de los concentrados, encontrándose la zona de recepción de fruta que envía la materia prima al área de selección para luego trasladarla a lavado, donde pasa a la extracción del jugo, seguido del

filtrado y pasteurizado, por lo consiguiente el concentrado es envasado y por último se traslada a almacenamiento donde se refrigera y se tiene listo para despachar y comercializar.

Los vestidores y baños se encuentran cerca de la zona de fabricación de tal manera que permitan que el personal entre desinfectada para evitar la contaminación de la materia prima.

5.3. Diagrama de procesos

El diagrama de proceso del área de producción de la empresa que elabora concentrados se lo puede observar en la figura 4.

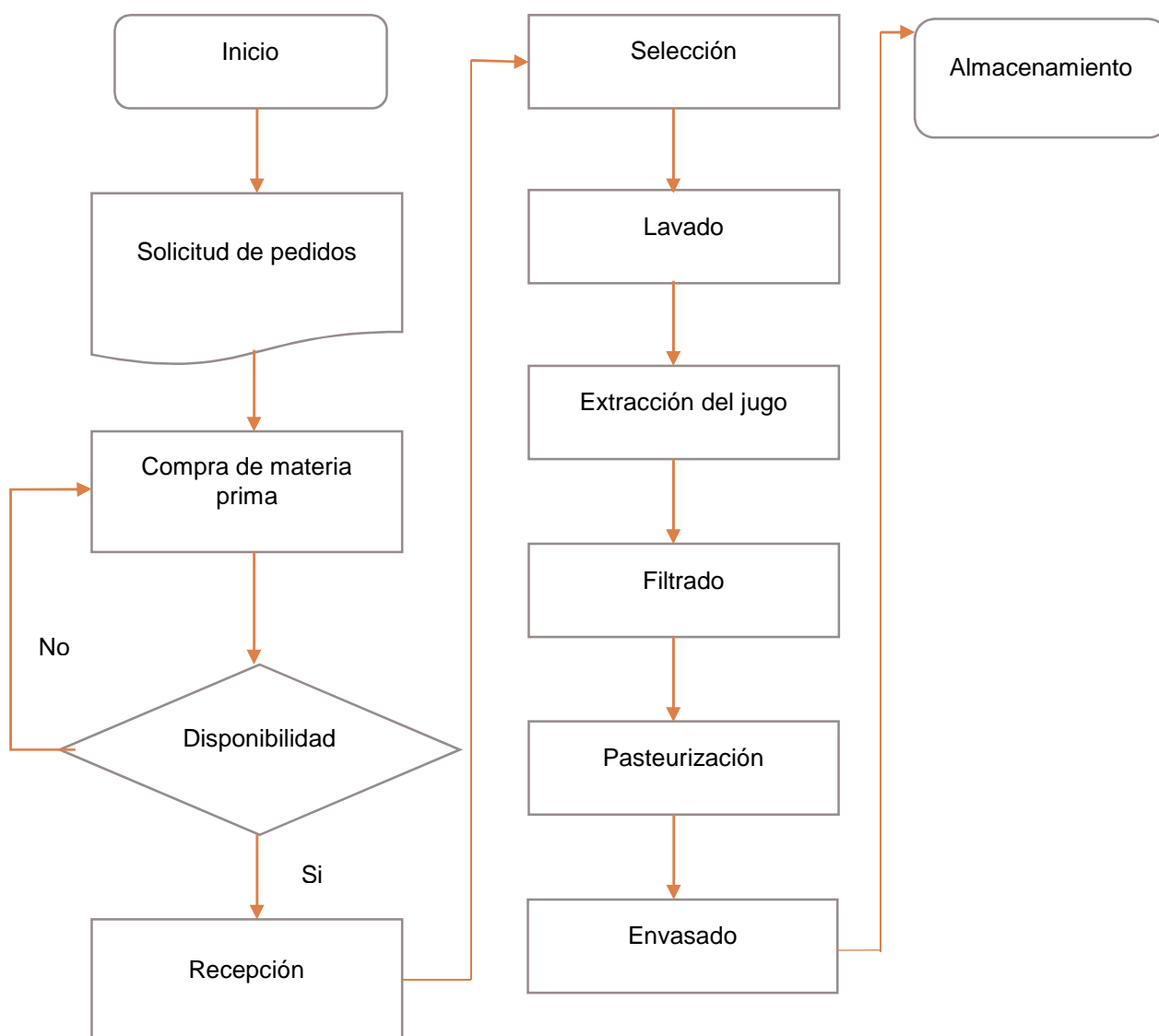


Figura 4: Diagrama de procesos

Fuente: Elaboración propia

Anteriormente se detalló el proceso productivo en el cual se observa como primer punto la emisión de una solicitud de pedido, que permite determinar la cantidad de materia prima disponible o se requiere así mismo comprar más, y se establece si hay disponibilidad o no para la entrega del fruto, al contar con la materia prima se procede con el paso de recepción, selección, lavado, extracción del jugo, filtrado, pasteurizado y envasado del producto para su correspondiente almacenamiento y comercialización.

5.4. Listado de máquinas, equipos y herramientas

Maquinaria requerida:

- Extractor exprimidor de naranja Fmc Industrial (ver anexo 2)
- Envasadora llenadora líquidos, pulpas (ver anexo 3)
- Lavadora de frutas por inmersión Citalsa Lia1 (ver anexo 4)
- Mesa de selección de rodillos serie MRP (ver anexo 5)
- Camión Hino año 2015 furgón seco (ver anexo 6)
- Pasteurizadora (100l De Capacidad) (ver anexo 7)
- Filtro de aluvionado C 25 (ver anexo 8)

Equipo de computación:

- Computador Combo Intel Celeron 2 Core 4gb 1tb (ver anexo 9)
- Laptop Lenovo Core i3 8130 2.2ghz, 1tb, 8gb, bt, w10 (ver anexo 10)
- Impresora Canon G3100 Multifunción Wifi Sistema de Tinta Original (ver anexo 11)
- Teléfono Empresarial para Call Centrer Panasonic Kxtg340b (ver anexo 12)
- Sumadora Casio Con Impresora Casio Hr-100tm Check & Reprint (ver anexo 13)

Muebles:

- Silla giratoria oficinas escritorios (ver anexo 14)
- Escritorio (ver anexo 15)
- Archivador Leader (ver anexo 16)
- Sillas de espera (ver anexo 17)
- Casilleros (ver anexo 18)
- Silla de espera tripersonal (ver anexo 19)
- Estantería (ver anexo 20)

Materiales:

- Gaveta 18 abierta (ver anexo 21)
- Botas de caucho amarillas punta de acero (ver anexo 22)
- Delantal Industrial Impermeable Caucho-nitrilo (ver anexo 23)
- Gorro desechable malla negra 100% poliéster x 100 unidades. (ver anexo 24)

5.5. Calculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

En la siguiente tabla 6 se detallan las materias primas y materiales que se requerirá para la producción diaria esperada (225 unidades de concentrado):

Tabla 6: Materiales y materia prima requerida *Elabora por: Autor*

MATERIA PRIMA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	DIARIO
Naranja	1875	\$ 0,04	\$75,00
Mandarina	3000	\$ 0,03	\$90,00
Limón	3000	\$ 0,03	\$90,00
MATERIALES INDIRECTOS			
Funda de 1000 ml	225	\$ 0,40	\$90,00
COSTO DE PRODUCCIÓN DIARIA			\$345,00

Fuente: Elaboración propia

5.6. Listado de los proveedores

Los principales proveedores de materia prima serán los productores asociados de:

- La Alianza, de Río Mosquito; Manta Blanca Dos; San José de Betillal

- El Progreso, de La Tablada de Sánchez
- El Pueblito, de Río Grande; Los Chunos; Tablada de Sánchez; Jesús del Gran Poder
- Comuna Mi Campo; Comuna El Levante y Comuna La López.

Proveedor de fundas con diseño: Plásticos del Litoral

6. Estudio Organizacional

6.1. Organigrama estructural y funcional

En la siguiente figura, se detalla el organigrama estructural que tendrá la empresa:

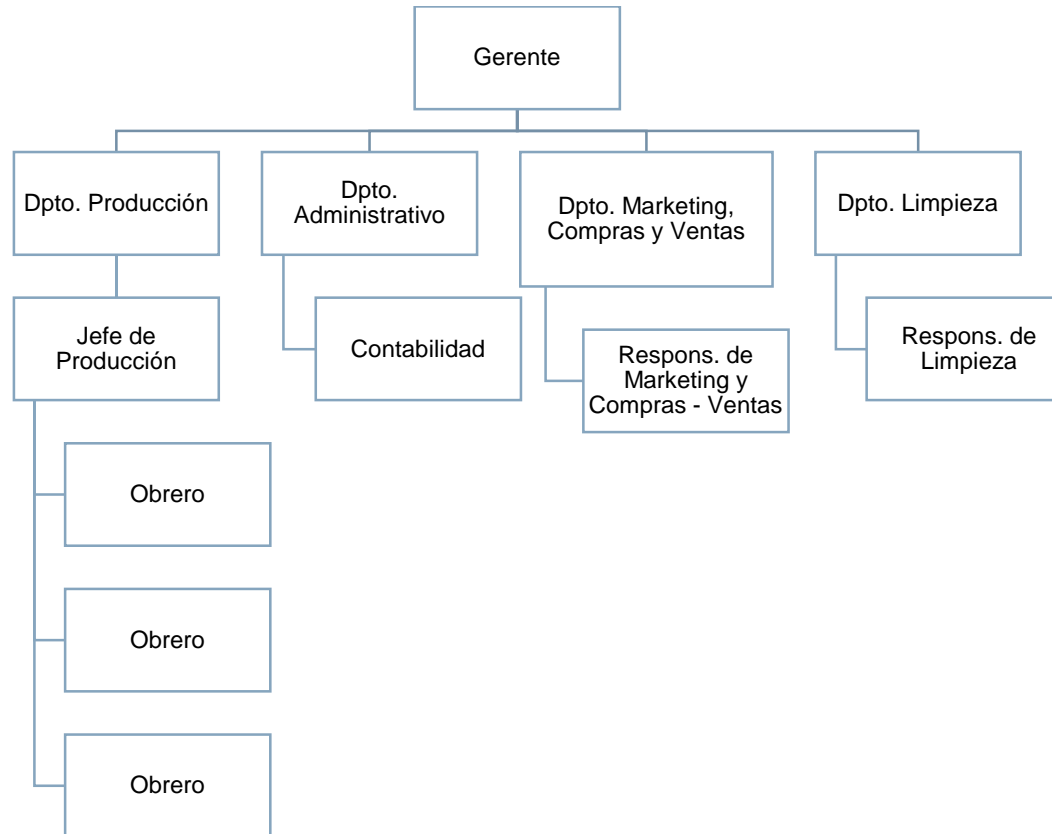


Figura 5: Organigrama Estructural

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en la figura 6, se detalla el organigrama funcional:

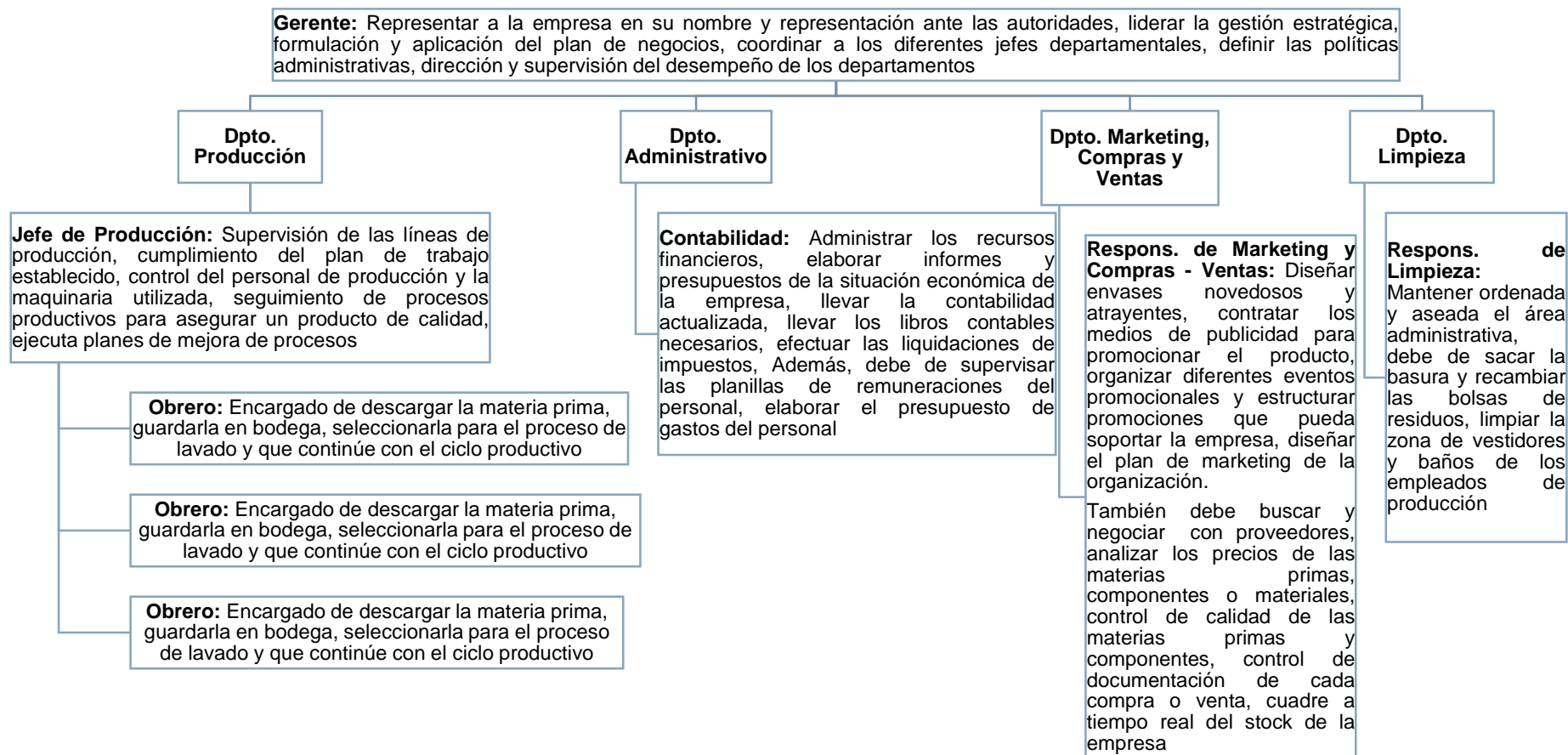


Figura 6: Organigrama Funcional

Fuente: Elaboración propia

6.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona

- Gerente

Tabla 7: Gerente

Objetivos del puesto: Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir y controlar las distintas actividades que se realizan en la empresa garantizando el cumplimiento de las metas establecidas.

Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Ing. Industrial, Administración de empresas o carreras afines
	Experiencia: 2 - 3 años en puestos similares

Funciones	Representar a la empresa en su nombre y representación ante las autoridades, liderar la gestión estratégica, formulación y aplicación del plan de negocios, coordinar a los diferentes jefes departamentales, definir las políticas administrativas, dirección y supervisión del desempeño de los departamentos.
-----------	--

Fuente: Elaboración propia

- Jefe de Producción

Tabla 8: Jefe de Producción

Objetivos del puesto: Planear, organizar y administrar los procesos productivos asegurando el cumplimiento de las metas productividad y el uso adecuado de los recursos suministrados.

Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Ing. en Alimentos, Industrial o carreras afines
	Experiencia: 2 - 3 años en puestos similares

Funciones	Supervisión de las líneas de producción, cumplimiento del plan de trabajo establecido, control del personal de producción y la maquinaria utilizada, seguimiento de procesos productivos para asegurar un producto de calidad, ejecuta planes de mejora de procesos.
-----------	--

Fuente: Elaboración propia

- Obrero

Tabla 9: Obrero

Objetivos del puesto: Cumplir con las órdenes y metas de producción para la obtención del producto final.	
Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Bachillerato Académico o Técnico, curso de manipulación de alimentos
	Experiencia: 1 - 2 años en puestos similares
Funciones	Encargado de descargar la materia prima, guardarla en bodega, seleccionarla para el proceso de lavado y que continúe con el ciclo productivo.

Fuente: Elaboración propia

- Contabilidad

Tabla 10: Contabilidad

Objetivos del puesto: Garantizar la eficiencia de las operaciones contables y financieras de la empresa, mediante el desarrollo de información confiable que produzca los elementos de análisis para la toma de decisiones oportunas.	
Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Administración de empresas, Economía, Contabilidad o carreras a fines
	Experiencia: 1 - 2 años en puestos similares
Funciones	Administrar los recursos financieros, elaborar informes y presupuestos de la situación económica de la empresa, llevar la contabilidad actualizada, llevar los libros contables necesarios, efectuar las liquidaciones de impuestos. Además, debe de supervisar las planillas de remuneraciones del personal, elaborar el presupuesto de gastos del personal

Fuente: Elaboración propia

- Responsable. de Marketing y Compras - Ventas

Tabla 11: Responsable. de Marketing

Objetivos del puesto: Asegurar el progreso y la ejecución de tácticas de comunicación y publicidad permitiendo el posicionamiento del negocio en el mercado, cumplir con los márgenes productivos y la fidelización de los consumidores.	
Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Ing. en Administración de empresas, Marketing, Comunicación Social o Ing. industrial
	Experiencia: 1 - 2 años en puestos similares
Funciones	Diseñar envases novedosos y atractivos, contratar los medios de publicidad para promocionar el producto, organizar diferentes eventos promocionales y estructurar promociones que pueda soportar la empresa, diseñar el plan de marketing de la organización. También debe buscar y negociar con proveedores, analizar los precios de las materias primas, componentes o materiales, control de calidad de las materias primas y componentes, control de documentación de cada compra o venta, cuadro a tiempo real del stock de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

- Responsable. de Limpieza

Tabla 12: Responsable. de Limpieza

Objetivos del puesto: Ordenar, limpiar y mantener en condiciones adecuadas las oficinas de los empleados, vestidores y baños.	
Requisitos del cargo	Estudios requeridos: Secundaria completa
	Experiencia: 1 - 2 años en puestos similares
Funciones	Mantener ordenada y aseada el área administrativa, debe de sacar la basura y recambiar las bolsas de residuos, limpiar la zona

de vestidores y baños de los empleados de producción.

Fuente: *Elaboración propia*

6.3. Previsión de RRHH

En la siguiente tabla 13 se puede apreciar la cantidad de personas que requiere la empresa para su funcionamiento, en el cual se encuentran las secciones de áreas y departamentos.

Tabla 13: *Previsión de RRHH*

<i>Área</i>	<i>Departamento</i>	<i>Personal</i>	<i>Cantidad</i>
<i>Gerencia</i>		Gerente	1
		Jefe de Producción	1
	Producción	Obreros	3
	Administración	Contabilidad	1
	Marketing, Compras y Ventas	Responsable. de Marketing y Compras - Ventas	1
	Limpieza y Vigilancia	Responsable. de Limpieza	1
	<i>Total de talento humano que se requiere</i>		

Fuente: *Elaboración propia*

7. Estudio Legal y societario

7.1. Marco legal

Como beneficios adicionales el régimen ecuatoriano con el nuevo código de trabajo determina de carácter obligatorio:

- “Una remuneración agregada en el mes de diciembre, en este mes el empleado recibirá el doble de su sueldo.
- El bono escolar que consistente en una remuneración mínima de cada grupo ocupacional.
- El pago de las vacaciones si el empleado no quisiera gozarlas.
- El Fondo de Reserva.
- 15 días de vacaciones anuales.
- Distribución del 15% de utilidades a los trabajadores” CODIGO DEL TRABAJO (2005)

7.2. Requisitos para su legitimidad

Según el Ministerio de trabajo del Ecuador estable que se deben seguir los siguientes pasos para la construcción de una empresa:

- “Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- Escoger el nombre de su empresa.
- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares).
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía.

- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de estos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.

- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos” Ministerio de Trabajo, migraciones y seguridad social (2018).

8. Estudio económico financiero

8.1. Costo unitario de producción

El costo unitario de producción se realizó tomando en cuenta la producción total de 81,000 unidades de concentrado congelado de naranja, mandarina y limón en el primer periodo de actividad de la empresa, por lo cual los costos presentados en la siguiente tabla son por año:

Tabla 14: Costo unitario de producción

DETALLE	C. ANUAL	CVU
Materia prima	\$ 91.800,00	\$ 1,13
Materiales indirectos de fabricación	\$ 32.400,00	\$ 0,40
Mano de obra directa	\$ 26.725,18	\$ 0,33
Servicios básicos	\$ 3.120,00	\$ 0,04
Mantenimiento	\$ 2.400,00	\$ 0,03
TOTAL	\$ 156.445,18	\$ 1,93

Fuente: Elaboración propia

Así, se estableció que el costo por producir una unidad de producto terminado de 1000 ml es de \$1.93.

8.2. Estructura de costos y gastos

En la siguiente tabla se presenta de manera general la estructura de los costos y gastos que tendrá el proyecto durante el primer año:

Tabla 15: Estructura costos y gastos

COSTOS Y GASTOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
COSTOS OPERACIONALES	
Materiales	\$ 124.200,00
Remuneración personal operativo	\$ 26.725,18
Servicios básicos	\$ 3.120,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 2.400,00
COSTOS OPERATIVO TOTAL	\$ 156.445,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo administrativo	\$ 27.590,80
Teléfono	\$ 240,00

Agua potable	\$	264,00
Energía eléctrica	\$	480,00
Útiles de oficina	\$	142,75
Subtotal	\$	28.717,55
Depreciación de Activos fijos	\$	7.603,42
Amortización de Activos intangibles	\$	240,00
Subtotal	\$	7.843,42
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	36.560,98
GASTOS DE MARKETING Y VENTAS		
Publicidad Tv	\$	180,00
Redes sociales	\$	84,00
TOTAL GASTOS DE MARKETING Y VENTAS	\$	264,00
Gastos financieros	\$	41.174,35
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$	77.999,33

Fuente: Elaboración propia

8.2.1. Costos de producción

Materia prima:

La inversión en materia prima para el primer año será de \$167,400.00.

Tabla 16: Costos de materia prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR ANUAL
Naranja	56250	\$ 0,04	\$ 27.000,00
Mandarina	90000	\$ 0,03	\$ 32.400,00
Limón	90000	\$ 0,03	\$ 32.400,00
TOTAL MATERIALES			\$ 91.800,00

Fuente: Elaboración propia

Mano de obra directa:

El total de inversión para el primer año en mano de obra del personal de producción será de \$26,725.18.

Tabla 17: Mano de obra directa

CARGO	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL JEFE DE PRODUCCIÓN		\$ 556.77	\$ 6,681.29
OBRERO 1	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45

	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL OBRERO 1		\$ 556.77	\$ 6,681.29
	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
OBRERO 2	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL OBRERO 2		\$ 556.77	\$ 6,681.29
	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
OBRERO 3	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL OBRERO 3		\$ 556.77	\$ 6,681.29
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 2,227.08	\$ 26,725.18

Fuente: Elaboración propia

Materiales indirectos de fabricación:

La inversión anual en materiales indirectos de fabricación será de \$60,000.00.

Tabla 18: Materiales indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
			ANUAL
Funda de 1000 ml	6750	\$ 0,40	\$ 32.400,00
TOTAL MATERIALES			\$ 32.400,00

Fuente: Elaboración propia

Servicios básicos (Producción):

La inversión anual en servicios básicos (producción) es de \$3,120.00.

Tabla 19: Servicios básicos (producción)

SERVICIOS BÁSICOS PRODUCCION	ANUAL
Agua	\$ 720,00
Energía eléctrica	\$ 2.400,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3.120,00

Fuente: Elaboración propia

Mantenimiento de vehículo:

El mantenimiento de vehículo se estima que durante el primer año es al menos \$2.400.

Tabla 20: Mantenimiento de vehículo

DESCRIPCIÓN	ANUAL
-------------	-------

Mantenimiento vehículo	\$ 2.400,00
------------------------	-------------

Fuente: Elaboración propia

8.2.2. Gastos administrativos

Sueldos administrativos:

El total de inversión para el primer año en sueldos administrativos será de \$27,590.80.

Tabla 21: Sueldos administrativos

CARGO	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
GERENTE	Salario	\$ 450.00	\$ 5,400.00
	Aporte patronal	\$ 54.68	\$ 656.14
	Fondos de reserva	\$ 37.49	\$ 449.84
	Décimo tercero	\$ 37.50	\$ 449.94
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL GERENTE		\$ 628.92	\$ 6,681.29
CONTABILIDAD	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL CONTABILIDAD		\$ 556.77	\$ 6,681.29
RESPONS. MARKETING Y COMPRAS - VENTAS	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL RESPONS. MARKETING Y COMPRAS - VENTAS		\$ 556.77	\$ 6,681.29
RESPONS. DE LIMPIEZA	Salario	\$ 394.00	\$ 4,728.00
	Aporte patronal	\$ 47.87	\$ 574.45
	Fondos de reserva	\$ 32.82	\$ 393.84
	Décimo tercero	\$ 32.83	\$ 394.00
	Décimo cuarto	\$ 32.83	\$ 394.00
	Vacaciones	\$ 16.42	\$ 197.00
TOTAL RESPONS. DE LIMPIEZA		\$ 556.77	\$ 6,681.29
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 2,299.23	\$ 27,590.80

Fuente: Elaboración propia

Servicios básicos (administración):

La inversión anual en servicios básicos (administración) es de \$984.00.

Tabla 22: Servicios básicos (administración)

SERVICIOS BÁSICOS	
ADMINISTRACIÓN	ANUAL

Agua	\$ 264,00
Teléfono	\$ 240,00
Energía eléctrica	\$ 480,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	\$ 984,00

Fuente: Elaboración propia

Materiales de oficina:

Los materiales de oficina se calcula un gasto de \$142.75 por año.

Tabla 23: Materiales de oficina

DESCRIPCIÓN	UNI/MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	V. ANUAL
Papel bond	Resma	6	\$ 3,50	\$ 21,00
Papel bond para calculadora Casio	Rollo	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Tinta para impresora	Paquete	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Juego de lapiceros	Caja 12 Unid.	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Folder	Unidad	3	\$ 6,25	\$ 18,75
Perforadora	Unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Grapadora	Unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Cuaderno	Unidad	4	\$ 2,50	\$ 10,00
TOTAL UTILES DE OFICINA				\$ 142,75

Fuente: Elaboración propia

Depreciación de activos fijos:

La depreciación de activos fijos durante el primer periodo será de \$7,603.42.

Tabla 24: Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACIÓN		VALOR DEPRECIACIÓN
		TIEMPO DE DEPRECIACIÓN EN AÑOS	%	
Infraestructura	\$ 17.000,00	20	5%	\$ 850,00
Vehículo	\$ 15.000,00	5	20%	\$ 3.000,00
Equipo de trabajo	\$ 517,66	10	10%	\$ 51,77
Herramientas	\$ 26.593,41	10	10%	\$ 2.659,34
Equipos de oficina	\$ 140,00	10	10%	\$ 14,00
Equipos de computación	\$ 2.523,00	3	33,33%	\$ 840,92
Muebles y enseres	\$ 1.874,00	10	10%	\$ 187,40
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 63.648,07			\$ 7.603,42

Fuente: Elaboración propia

Amortización de activos intangibles:

La amortización de activos intangibles le representará un gasto anual a la empresa de \$240.00.

Tabla 25: Amortización de activos intangibles

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR	AMORTIZACIÓN
Gastos de constitución	\$ 1.200,00	\$ 240,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.200,00	\$ 240,00

Fuente: Elaboración propia

8.2.3. Gastos de ventas

Publicidad:

En empresa tendrá un gasto anual durante el primer año de \$264.00 por publicidad.

Tabla 26: Publicidad

EMPRESA	DETALLE	V. ANUAL
Manavisión	Publicidad Tv	\$ 180,00
		\$ 84,00
Twitter, Facebook e Instagram	Redes sociales	
TOTAL		\$ 264,00

Fuente: Elaboración propia

8.2.4. Gastos financieros

Interés (Financiamiento):

El interés a pagar del crédito, durante los 5 años, son de \$165,453.99.

Tabla 27: Interés (financiamiento)

DETALLE	VALOR ANUAL
Año 1	\$ 41.174,35
Año 2	\$ 40.137,23
Año 3	\$ 37.565,92
Año 4	\$ 31.190,93
Año 5	\$ 15.385,56
TOTAL A PAGAR (5 AÑOS)	\$ 165,453,99

Fuente: Elaboración propia

8.3. Proyección de ventas

La proyección de ingresos fue establecida con una tasa de incremento del 3% anual. En el primer año las ventas esperadas son de 81,000 unidades, lo que generará una entrada por ventas de \$243,000.00 para la empresa.

Tabla 28: Proyección de ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 243.000,00	\$ 250.290,00	\$ 257.798,70	\$ 265.532,66	\$ 273.498,64

Fuente: Elaboración propia

8.4. Plan de Inversión

8.4.1. Activos fijos

Aquí se especificarán todos los recursos que no serán objeto de modificación durante los periodos que dure el proyecto.

Terreno:

Para la creación de la empresa será necesaria la compra de un terreno, ubicado en la vía Chone – Boyacá de 220 mts² en el cual se ubicarán las instalaciones de la organización.

Tabla 29: Terreno

ACTIVO	DIMENSIONES	VALOR
Terreno	220 mts ²	\$ 45.000,00

Fuente: Elaboración propia

Infraestructura:

La empresa estará ubicada en el terreno que antes se mencionó y que será comprado. En dicha propiedad se encuentra una casa y un corral de ganado. Lo que se hará es, demoler y luego construir cada una de las instalaciones.

Tabla 30: Infraestructura

DETALLE	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Infraestructura	1	\$ 17,000.00	\$ 17,000.00
TOTAL			\$ 17,000.00

Fuente: Elaboración propia

Vehículo:

El vehículo con el que contará la empresa para la distribución de los productos a los clientes es un Camión Hino año 2015 furgón.

Tabla 31: Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Camión Hino año 2015 furgón	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL VEHÍCULO			\$ 15,000,00

Fuente: Elaboración propia

Equipo de trabajo:

El equipo de trabajo serán varios implementos que servirán como medio de protección para evitar cualquier tipo de accidentes durante el proceso de producción y evitar la contaminación de la materia prima.

Tabla 32: Equipo de trabajo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Gaveta 18 abierta	50	\$ 8,00	\$ 400,00
Botas de caucho amarillas punta de acero	3	\$ 18,00	\$ 54,00
Delantal Industrial Impermeable Caucho-nitrilo	3	\$ 14,50	\$ 43,50
Gorro Desechable Malla Negra 100% Poliéster X 100 Unidades	1	\$ 20,16	\$ 20,16
TOTAL EQUIPOS DE TRABAJO			\$ 517,66

Fuente: Elaboración propia

Maquinarias y herramientas:

A continuación, se define el conjunto de máquinas y herramientas que son necesarios para poder llevar a cabo la actividad productiva de la empresa.

Tabla 33: Máquinas y herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Extractor Exprimidor De Naranja Fmc Industrial	1	\$ 8.631,89	\$ 8.631,89
Envasadora Llenadora Líquidos, Pulpas	1	\$ 5.800,00	\$ 5.800,00
Lavadora de frutas por inmersión Citalsa Lia1	1	\$ 3.161,52	\$ 3.161,52
Mesa de selección de rodillos serie MRP	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Pasteurizadora (100l De Capacidad)	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Filtro de aluvionado C 25	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
TOTAL HERRAMIENTAS			\$ 26.593,41

Fuente: Elaboración propia

Equipo de oficina:

Tabla 34: Equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Teléfono Empresarial para Call Centrer Panasonic Kxtg340b	4	\$ 35,00	\$ 140,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 140,00

Fuente: Elaboración propia

Equipos de computación:

Tabla 35: Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Computador Combo Intel Celeron 2 Core 4gb 1tb	3	\$ 480,00	\$ 1.440,00
Laptop Lenovo Core i3 8130 2.2ghz, 1tb, 8gb, bt, w10	1	\$ 590,00	\$ 590,00
Impresora Canon G3100 Multifunción Wifi Sistema de Tinta Original	2	\$ 218,00	\$ 436,00
Sumadora Casio Con Impresora Casio Hr-100tm Check & Reprint	1	\$ 57,00	\$ 57,00
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO			\$ 2.523,00

Fuente: Elaboración propia

Muebles y enseres:

Tabla 36: Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
Silla giratoria oficinas escritorios	4	\$ 28,00	\$ 112,00
Escritorios	4	\$ 130,00	\$ 520,00
Archivador Leader	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Sillas de espera	6	\$ 32,00	\$ 192,00
Casilleros	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla de espera tripersonal	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Estanterías	6	\$ 80,00	\$ 480,00
TOTAL EQUIPOS MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.874,00

Fuente: Elaboración propia

Resumen de inversión:

A continuación, se muestra el extracto de todos los recursos que se tienen como inversión:

Tabla 37: Resumen activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Infraestructura	\$ 17.000,00
Vehículo	\$ 15.000,00
Equipo de trabajo	\$ 517,66
Herramientas	\$ 26.593,41
Equipos de oficina	\$ 140,00
Equipos de computación	\$ 2.523,00
Muebles y enseres	\$ 1.874,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 63.648,07

Fuente: Elaboración propia

8.4.2. Capital de trabajo

Tabla 38: Capital de trabajo mensual

DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL
-------------	------------

Materiales	\$	10.350,00
Remuneración personal operativo	\$	2.227,10
Gastos Administrativos	\$	3.046,75
Gastos de Marketing y Ventas	\$	74,00
TOTAL	\$	15.697,85

Fuente: Elaboración propia

8.4.3. Total de inversión

Tabla 39: Total inversión

	VALOR	
Activos Fijos	\$	108.790,82
Activos Diferidos	\$	1.200,00
Capital De Trabajo	\$	15.504,23
TOTAL INVERSIÓN	\$	125.495,05

Fuente: Elaboración propia

8.5. Líneas de financiamiento

Las líneas de financiamiento determinadas para el presente proyecto son dos. Los accionistas, quienes cubrirán un 25% de la inversión del proyecto. El otro 35% será financiado mediante un crédito a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chone Ltda. Asimismo se contará con un capital propio que representa el 40%.

Tabla 40: Líneas de financiamiento

Capital propio	40%	\$	50.198,02
Accionistas	25%	\$	31.373,76
Préstamo	35%	\$	43.923,27
TOTAL	100%	\$	125.495,05

Fuente: Elaboración propia

8.5.1. Tabla de amortización

Se adquiere un préstamo por \$43.923,27 a 5 años para cancelar mediante 60 cuotas mensuales iguales. La tasa de Interés es del 7.56%.

Tabla 41: Amortización de préstamos bancario

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Periodo	Capital	Intereses	Cuota	Saldo
0				\$ 43.923,27
1	\$ 37,25	\$ 3.452,37	\$ 3.489,62	\$ 43.886,01
2	\$ 40,18	\$ 3.449,44	\$ 3.489,62	\$ 43.845,83
3	\$ 43,34	\$ 3.446,28	\$ 3.489,62	\$ 43.802,50
4	\$ 46,74	\$ 3.442,88	\$ 3.489,62	\$ 43.755,75
5	\$ 50,42	\$ 3.439,20	\$ 3.489,62	\$ 43.705,33

6	\$ 54,38	\$ 3.435,24	\$ 3.489,62	\$ 43.650,95
7	\$ 58,66	\$ 3.430,96	\$ 3.489,62	\$ 43.592,29
8	\$ 63,27	\$ 3.426,35	\$ 3.489,62	\$ 43.529,03
9	\$ 68,24	\$ 3.421,38	\$ 3.489,62	\$ 43.460,79
10	\$ 73,60	\$ 3.416,02	\$ 3.489,62	\$ 43.387,18
11	\$ 79,39	\$ 3.410,23	\$ 3.489,62	\$ 43.307,79
12	\$ 85,63	\$ 3.403,99	\$ 3.489,62	\$ 43.222,17
13	\$ 92,36	\$ 3.397,26	\$ 3.489,62	\$ 43.129,81
14	\$ 99,62	\$ 3.390,00	\$ 3.489,62	\$ 43.030,19
15	\$ 107,45	\$ 3.382,17	\$ 3.489,62	\$ 42.922,74
16	\$ 115,89	\$ 3.373,73	\$ 3.489,62	\$ 42.806,85
17	\$ 125,00	\$ 3.364,62	\$ 3.489,62	\$ 42.681,84
18	\$ 134,83	\$ 3.354,79	\$ 3.489,62	\$ 42.547,02
19	\$ 145,43	\$ 3.344,20	\$ 3.489,62	\$ 42.401,59
20	\$ 156,86	\$ 3.332,77	\$ 3.489,62	\$ 42.244,73
21	\$ 169,18	\$ 3.320,44	\$ 3.489,62	\$ 42.075,55
22	\$ 182,48	\$ 3.307,14	\$ 3.489,62	\$ 41.893,07
23	\$ 196,83	\$ 3.292,80	\$ 3.489,62	\$ 41.696,24
24	\$ 212,30	\$ 3.277,32	\$ 3.489,62	\$ 41.483,94
25	\$ 228,98	\$ 3.260,64	\$ 3.489,62	\$ 41.254,96
26	\$ 246,98	\$ 3.242,64	\$ 3.489,62	\$ 41.007,98
27	\$ 266,39	\$ 3.223,23	\$ 3.489,62	\$ 40.741,59
28	\$ 287,33	\$ 3.202,29	\$ 3.489,62	\$ 40.454,25
29	\$ 309,92	\$ 3.179,70	\$ 3.489,62	\$ 40.144,34
30	\$ 334,28	\$ 3.155,34	\$ 3.489,62	\$ 39.810,06
31	\$ 360,55	\$ 3.129,07	\$ 3.489,62	\$ 39.449,51
32	\$ 388,89	\$ 3.100,73	\$ 3.489,62	\$ 39.060,62
33	\$ 419,46	\$ 3.070,16	\$ 3.489,62	\$ 38.641,17
34	\$ 452,43	\$ 3.037,20	\$ 3.489,62	\$ 38.188,74
35	\$ 487,99	\$ 3.001,63	\$ 3.489,62	\$ 37.700,75
36	\$ 526,34	\$ 2.963,28	\$ 3.489,62	\$ 37.174,41
37	\$ 567,71	\$ 2.921,91	\$ 3.489,62	\$ 36.606,70
38	\$ 612,33	\$ 2.877,29	\$ 3.489,62	\$ 35.994,37
39	\$ 660,46	\$ 2.829,16	\$ 3.489,62	\$ 35.333,90
40	\$ 712,38	\$ 2.777,24	\$ 3.489,62	\$ 34.621,53
41	\$ 768,37	\$ 2.721,25	\$ 3.489,62	\$ 33.853,16
42	\$ 828,76	\$ 2.660,86	\$ 3.489,62	\$ 33.024,39
43	\$ 893,90	\$ 2.595,72	\$ 3.489,62	\$ 32.130,49
44	\$ 964,16	\$ 2.525,46	\$ 3.489,62	\$ 31.166,32
45	\$ 1.039,95	\$ 2.449,67	\$ 3.489,62	\$ 30.126,38
46	\$ 1.121,69	\$ 2.367,93	\$ 3.489,62	\$ 29.004,69
47	\$ 1.209,85	\$ 2.279,77	\$ 3.489,62	\$ 27.794,84
48	\$ 1.304,95	\$ 2.184,67	\$ 3.489,62	\$ 26.489,89
49	\$ 1.407,52	\$ 2.082,11	\$ 3.489,62	\$ 25.082,37

50	\$ 1.518,15	\$ 1.971,47	\$ 3.489,62	\$ 23.564,23
51	\$ 1.637,47	\$ 1.852,15	\$ 3.489,62	\$ 21.926,75
52	\$ 1.766,18	\$ 1.723,44	\$ 3.489,62	\$ 20.160,58
53	\$ 1.905,00	\$ 1.584,62	\$ 3.489,62	\$ 18.255,58
54	\$ 2.054,73	\$ 1.434,89	\$ 3.489,62	\$ 16.200,84
55	\$ 2.216,23	\$ 1.273,39	\$ 3.489,62	\$ 13.984,61
56	\$ 2.390,43	\$ 1.099,19	\$ 3.489,62	\$ 11.594,18
57	\$ 2.578,32	\$ 911,30	\$ 3.489,62	\$ 9.015,86
58	\$ 2.780,97	\$ 708,65	\$ 3.489,62	\$ 6.234,88
59	\$ 2.999,56	\$ 490,06	\$ 3.489,62	\$ 3.235,32
60	\$ 3.235,32	\$ 254,30	\$ 3.489,62	\$ -0,00

Fuente: Elaboración propia

8.6. Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 42: Flujo de caja proyectado (5 años)

FLUJO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 243.000,00	\$ 250.290,00	\$ 257.798,70	\$ 265.532,66	\$ 273.498,64
Ventas		\$ 243.000,00	\$ 250.290,00	\$ 257.798,70	\$ 265.532,66	\$ 273.498,64
TOTAL EGRESOS		\$ 228.718,18	\$ 238.149,52	\$ 245.381,59	\$ 253.636,13	\$ 264.135,35
EGRESOS OPERACIONALES		\$ 186.842,73	\$ 196.274,07	\$ 203.506,14	\$ 211.760,68	\$ 222.259,90
Costo de venta		\$ 156.445,18	\$ 161.138,53	\$ 165.972,69	\$ 170.951,87	\$ 176.080,43
Gastos Administrativos		\$ 30.133,55	\$ 31.037,56	\$ 31.968,69	\$ 32.927,75	\$ 33.915,58
Gastos Publicidad		\$ 264,00	\$ 271,92	\$ 280,08	\$ 288,48	\$ 297,13
Participación de los empleados 15%			\$ 1.070,92	\$ 1.479,20	\$ 2.125,19	\$ 3.349,53
Impuesto a la renta 22%			\$ 1.335,09	\$ 1.844,07	\$ 2.649,40	\$ 4.175,75
Dividendos			\$ 1.420,05	\$ 1.961,42	\$ 2.818,00	\$ 4.441,48
EGRESOS DE FINANCIAMIENTO		\$ 41.875,45	\$ 41.875,45	\$ 41.875,45	\$ 41.875,45	\$ 41.875,45
Gastos de financiamiento		\$ 41.174,35	\$ 40.137,23	\$ 37.565,92	\$ 31.190,93	\$ 15.385,56
Pago capital		\$ 701,10	\$ 1.738,22	\$ 4.309,53	\$ 10.684,52	\$ 26.489,89
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 125.495,05					
Capital inicial	\$ 81.571,78					
Crédito Bancario	\$ 43.923,27					
EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 109.990,82					
Activos fijos	\$ 108.790,82					
Activos diferidos	\$ 1.200,00					
FLUJO FINANCIERO	\$ 15.504,23	\$ 14.281,82	\$ 12.140,48	\$ 12.417,11	\$ 11.896,53	\$ 9.363,29
FLUJO AÑO ANTERIOR		\$ 15.504,23	\$ 29.786,04	\$ 41.926,52	\$ 54.343,63	\$ 66.240,16
FLUJO DE CAJA		\$ 29.786,04	\$ 41.926,52	\$ 54.343,63	\$ 66.240,16	\$ 75.603,45

Fuente: Elaboración propia

8.7. Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla 43: Estado de resultados proyectado (5 años)

	ESTADO DE RESULTADOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 243.000,00	\$ 250.290,00	\$ 257.798,70	\$ 265.532,66	\$ 273.498,64
costo de Ventas	\$ 156.445,18	\$ 161.138,53	\$ 165.972,69	\$ 170.951,87	\$ 176.080,43
Utilidad bruta	\$ 86.554,82	\$ 89.151,47	\$ 91.826,01	\$ 94.580,79	\$ 97.418,22
Gastos administrativos	\$ 37.976,98	\$ 38.880,98	\$ 39.812,11	\$ 40.771,17	\$ 41.759,00
Sueldo Administrativo	\$ 27.590,80	\$ 28.418,53	\$ 29.271,08	\$ 30.149,22	\$ 31.053,69
Mantenimiento de Vehiculo	\$ 2.400,00	\$ 2.472,00	\$ 2.546,16	\$ 2.622,54	\$ 2.701,22
Utiles de Oficina	\$ 142,75	\$ 147,03	\$ 151,44	\$ 155,99	\$ 160,67
Depreciación	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42
Amortización	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Gastos de financiamiento	\$ 41.174,35	\$ 40.137,23	\$ 37.565,92	\$ 31.190,93	\$ 15.385,56
Gastos de ventas	\$ 264,00	\$ 271,92	\$ 280,08	\$ 288,48	\$ 297,13
Publicidad	\$ 264,00	\$ 271,92	\$ 280,08	\$ 288,48	\$ 297,13
	\$ 79.415,33	\$ 79.290,13	\$ 77.658,11	\$ 72.250,58	\$ 57.441,70
Utilidad del ejercicio	\$ 7.139,49	\$ 9.861,33	\$ 14.167,90	\$ 22.330,21	\$ 39.976,51
(-) 15% Utilidad a empleados y trabajadores	\$ 1.070,92	\$ 1.479,20	\$ 2.125,19	\$ 3.349,53	\$ 5.996,48
Utilidad antes del impuesto a la renta	\$ 6.068,57	\$ 8.382,13	\$ 12.042,72	\$ 18.980,68	\$ 33.980,04
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.335,09	\$ 1.844,07	\$ 2.649,40	\$ 4.175,75	\$ 7.475,61
Utilidad líquida	\$ 4.733,48	\$ 6.538,06	\$ 9.393,32	\$ 14.804,93	\$ 26.504,43
Dividendos (30%)	\$ 1.420,05	\$ 1.961,42	\$ 2.818,00	\$ 4.441,48	\$ 7.951,33
Reserva legal (10%)	\$ 473,35	\$ 653,81	\$ 939,33	\$ 1.480,49	\$ 2.650,44
UTILIDAD RETENIDA	\$ 2.840,09	\$ 3.922,84	\$ 5.635,99	\$ 8.882,96	\$ 15.902,66

Fuente: Elaboración propia

8.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 44: Estado de situación financiera proyectado (5 años)

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Activo corriente	\$ 15.504,23	\$ 29.786,04	\$ 41.926,52	\$ 54.343,63	\$ 66.240,16	\$ 75.603,45
Caja	\$ 15.504,23	\$ 29.786,04	\$ 41.926,52	\$ 54.343,63	\$ 66.240,16	\$ 75.603,45
Activo fijo	\$ 108.790,82	\$ 101.187,40	\$ 93.583,97	\$ 85.980,55	\$ 78.377,13	\$ 70.773,71
Fijo no depreciable						
Terrero	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
Fijo depreciable						
Infraestructura	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Equipo de trabajo	\$ 517,66	\$ 517,66	\$ 517,66	\$ 517,66	\$ 517,66	\$ 517,66
Máquinas y herramientas	\$ 26.593,41	\$ 26.593,41	\$ 26.593,41	\$ 26.593,41	\$ 26.593,41	\$ 26.593,41
Equipos de oficina	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Equipos de computación	\$ 2.523,00	\$ 2.523,00	\$ 2.523,00	\$ 2.523,00	\$ 2.523,00	\$ 2.523,00
Muebles y enseres	\$ 1.874,00	\$ 1.874,00	\$ 1.874,00	\$ 1.874,00	\$ 1.874,00	\$ 1.874,00
Útiles de oficina	\$ 142,75	\$ 142,75	\$ 142,75	\$ 142,75	\$ 142,75	\$ 142,75
(-) Depreciación		\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42	\$ 7.603,42
(-) Depreciación Acumulada		\$ 7.603,42	\$ 15.206,85	\$ 22.810,27	\$ 30.413,69	\$ 38.017,11
Activo diferido	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 720,00	\$ 480,00	\$ 240,00	\$ 0,00
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
(-) Amortización		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
(-) Amortización Acumulada		\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00
TOTAL ACTIVO	\$ 125.495,05	\$ 131.933,44	\$ 136.230,50	\$ 140.804,18	\$ 144.857,29	\$ 146.377,15
PASIVO						
Pasivo a corto plazo						
Corriente		\$ 3.826,05	\$ 5.284,69	\$ 7.592,58	\$ 11.966,76	\$ 21.423,41
Participación de trabajadores por pagar		\$ 1.070,92	\$ 1.479,20	\$ 2.125,19	\$ 3.349,53	\$ 5.996,48
Impuesto a la renta por pagar		\$ 1.335,09	\$ 1.844,07	\$ 2.649,40	\$ 4.175,75	\$ 7.475,61
Dividendos		\$ 1.420,05	\$ 1.961,42	\$ 2.818,00	\$ 4.441,48	\$ 7.951,33
Pasivo a largo plazo	\$ 43.923,27	\$ 43.222,17	\$ 41.483,94	\$ 37.174,41	\$ 26.489,89	\$ 0,00
Crédito Bancario	\$ 43.923,27	\$ 43.222,17	\$ 41.483,94	\$ 37.174,41	\$ 26.489,89	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$ 43.923,27	\$ 47.048,22	\$ 46.768,63	\$ 44.766,99	\$ 38.456,65	\$ 21.423,41
PATRIMONIO	\$ 81.571,78	\$ 84.885,22	\$ 89.461,86	\$ 96.037,19	\$ 106.400,64	\$ 124.953,74
Capital social	\$ 81.571,78	\$ 81.571,78	\$ 81.571,78	\$ 81.571,78	\$ 81.571,78	\$ 81.571,78
Reserva Legal		\$ 473,35	\$ 1.127,15	\$ 2.066,49	\$ 3.546,98	\$ 6.197,42
UTILIDAD RETENIDA		\$ 2.840,09	\$ 3.922,84	\$ 5.635,99	\$ 8.882,96	\$ 15.902,66
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES			\$ 2.840,09	\$ 6.762,93	\$ 12.398,92	\$ 21.281,88
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 125.495,05	\$ 131.933,44	\$ 136.230,50	\$ 140.804,18	\$ 144.857,29	\$ 146.377,15

Fuente: Elaboración propia

9. Evaluación financiera

Tabla 45: Coste promedio ponderado de capital

WACC(CPP)=(Ke*(CAA/(CAA+D)))+(Kd*(1-T)*(D/(CAA+D)))	
Ke	Costo de oportunidad de los accionistas
CAA	Capital aportado por los accionistas
D	Financiamiento externo
Kd	Costo financiero
T	Tasa efectiva de impuestos
PARA EFECTO DEL PROYECTO	
Ke	11%
CAA	\$ 31.373,76
D	\$ 43.923,27
Kd	11,86%
T	33,70%
WACC(CPP)=	10,84%

Fuente: Elaboración propia

9.1. VAN

Tabla 46: Cálculo del VAN

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR	RESULTADO
0	\$ 43.923,27	1	\$ 43.923,27
1	\$ 14.281,82	0,902226971	\$ 12.885,44
2	\$ 12.140,48	0,814013508	\$ 9.882,51
3	\$ 12.417,11	0,734424942	\$ 9.119,43
4	\$ 11.896,53	0,662617991	\$ 7.882,86
5	\$ 9.363,29	0,597831823	\$ 5.597,67
		VAN=	\$ 1.444,65

Fuente: Elaboración propia

El valor actual neto obtenido es de \$ 1,444.65 positivo, por lo cual se recomienda invertir en el proyecto, puesto que se recupera la inversión y se genera una rentabilidad.

9.2. TIR

Tabla 47: Cálculo del TIR

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR	RESULTADO
0	\$ 43.923,27	1	\$ 43.923,27
1	\$ 14.281,82	0,902226971	\$ 12.885,44
2	\$ 12.140,48	0,814013508	\$ 9.882,51
3	\$ 12.417,11	0,734424942	\$ 9.119,43
4	\$ 11.896,53	0,662617991	\$ 7.882,86

5	\$ 9.363,29	0,597831823	\$ 5.597,67
		TIR=	12.21%

Fuente: Elaboración propia

La tasa interna de retorno es del 12.21%, siendo mayor al costo de oportunidad de los accionistas (11%) y, además a la tasa activa efectiva del Banco Central del Ecuador para el segmento de las Pymes (8.79%), por lo cual se recomienda invertir en el proyecto porque es rentable.

9.3. Relación beneficio/costo (RBC)

Tabla 48: Relación beneficio/costo (RBC)

AÑOS	TOTAL INGRESOS	TOTAL EGRESOS
0		\$ 0,00
1	\$ 243.000,00	\$ 228.718,18
2	\$ 250.290,00	\$ 238.149,52
3	\$ 257.798,70	\$ 245.381,59
4	\$ 265.532,66	\$ 253.636,13
5	\$ 273.498,64	\$ 264.135,35
TOTAL	\$ 1.179.611,65	\$ 1.124.292,06
RCB	1,049	

Fuente: Elaboración propia

Para efectos del proyecto, la relación beneficio/costo es mayor a uno (1.049), lo que significa que los beneficios son mayores a los costos, por lo cual es aceptado. En otras palabras, se recupera 1.049 veces la inversión inicial.

9.4. Punto de equilibrio

9.4.1. Punto de equilibrio en dólares

Tabla 49: Cálculo del punto de equilibrio en dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	
PE=	$CF/1-(CV/V)$
PE=	\$ 77.999,33
1-	\$ 156.445,18
	\$ 243.000,00
PE=	\$ 218.980,71

Fuente: Elaboración propia

9.4.2. Punto de equilibrio en unidades

Tabla 50: Cálculo del punto de equilibrio en unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES				
PE=	CF*UNID PRODUC/V-CV)			
PE=	\$ 77.999,33			81000
	\$ 243.000,00		\$ 156.445,18	
PE=				72994

Fuente: Elaboración propia

9.4.3. Tabla punto de equilibrio

Tabla 51: Punto de equilibrio

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL
0	\$ 77.999,33	\$ 0,00	\$ 77.999,33	\$ 0,00
36497	\$ 77.999,33	\$ 70.490,69	\$ 148.490,02	\$ 109.490,36
72994	\$ 77.999,33	\$ 140.981,39	\$ 218.980,71	\$ 218.980,71
109490	\$ 77.999,33	\$ 211.472,08	\$ 289.471,41	\$ 328.471,07
145987	\$ 77.999,33	\$ 281.962,77	\$ 359.962,10	\$ 437.961,43

Fuente: Elaboración propia

Interpretación PE (Unidades). El punto de equilibrio en unidades obtenido en el proyecto es de 72,994. Esto significa que la empresa debe vender 72.994 unidades de producto para no tener pérdidas ni ganancias.

Interpretación PE (Dólares). El punto de equilibrio monetario obtenido en el proyecto es de \$218.980,71. Esto significa que la empresa debe tener ingresos por ventas de \$218.980,71 para no tener pérdidas ni ganancias.

9.4.4. Figura del punto de equilibrio

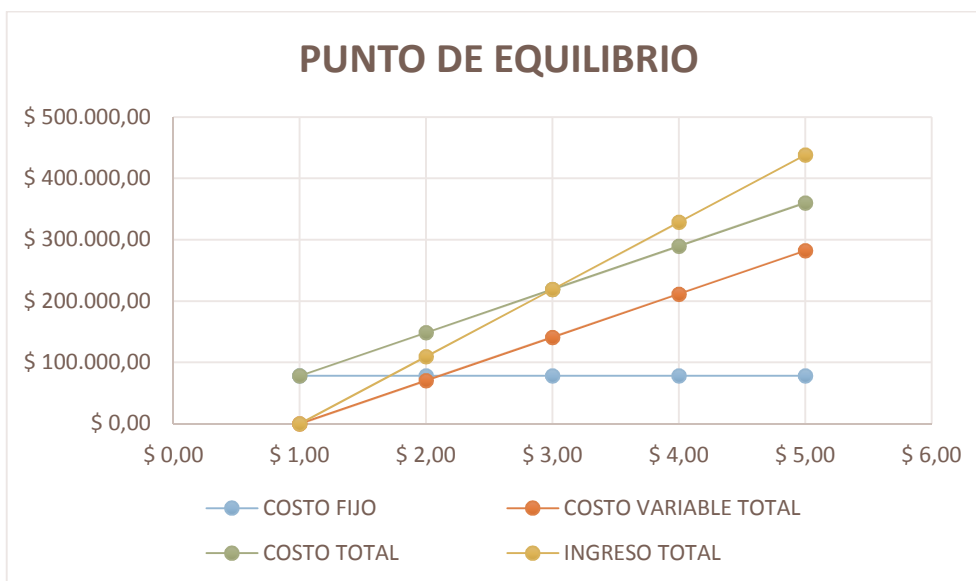


Figura 7: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

9.5. Razones financieras

9.5.1. Liquidez

Tabla 52: Razón de Liquidez

RELACIÓN CORRIENTE O DE LIQUIDEZ	
Relación corriente o de liquidez	Activo corriente
Relación corriente o de liquidez	Pasivo corriente
Relación corriente o de liquidez	\$ 29.786,04
Relación corriente o de liquidez	\$ 3.826,05
Relación corriente o de liquidez	7,785054417
	Veces

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Por cada dólar de deuda la empresa tendrá \$ 7.79 para hacerle frente a las obligaciones a corto plazo.

9.5.2. Endeudamiento

Tabla 53: Razón de Deuda de Activo

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS	
Razón deuda a activos	Pasivo total
Razón deuda a activos	Activo total
Razón deuda a activos	\$ 47.048,22
Razón deuda a activos	\$ 131.933,44
Razón deuda a activos	0,35660573
	36%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Por cada dólar de activo total se tiene 0.36 centavos de pasivo total.

Tabla 54: Razón de Deuda de Capital

RAZÓN DEUDA CAPITAL	
Razón deuda capital	Pasivo total
	Patrimonio
Razón deuda capital	\$ 43.923,27
Razón deuda capital	\$ 81.571,78
Razón deuda capital	0,538461538
	54%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Por cada dólar de capital propio se tiene 0.54 centavos de pasivo total.

9.5.3. Rentabilidad

Tabla 55: Razón de Rentabilidad

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL	
Rendimiento sobre capital	Utilidad neta
	Capital social
	\$ 2.840,09
Rendimiento sobre capital	\$ 81.571,78
Rendimiento sobre capital	0,034817072
	3%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Por cada dólar de capital propio se tiene 0.03 centavos de utilidad neta.

Tabla 56: Razón de Rentabilidad con relación en Ventas

RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS	
Rentabilidad con relación a las ventas	Utilidad neta
	Ventas
	\$ 2.840,09
Rentabilidad con relación a las ventas	\$ 243.000,00
Rentabilidad con relación a las ventas	0,011687616
	1%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Por cada dólar de venta se tiene 0.01 centavos de utilidad neta.

10. Conclusiones y Recomendaciones

10.1. Conclusiones

- Después de conocer los gustos y preferencias de consumo del consumidor, mediante un estudio de mercado, se constató que los concentrados cítricos tendrán una aceptación en el mercado local.
- Por medio del estudio técnico se logró determinar el lugar clave donde se deberá construir la empresa, el tamaño óptimo de la misma, la cantidad de materia prima y materiales a utilizarse en el proceso productivo, la maquinaria necesaria y los proveedores que tendrá la empresa.
- Se conoció los requisitos necesarios para poder dar inicio a la actividad productiva de la planta. También, se diseñó como iba a estar distribuido el poder jerárquico en la organización mediante un estudio organizacional, conociendo así la cantidad de personas que se necesitarán y el rol que deberán cumplir dentro de la empresa.
- La viabilidad del proyecto se sustenta en lo siguiente: El VAN del proyecto es de \$ 1,444.65, en la TIR se obtuvo un 12.21%, porcentaje que es mayor al costo de oportunidad de los accionistas (11%), además a la tasa activa efectiva del Banco Central del Ecuador para el segmento de las Pymes (8.79%), la relación costo/beneficio es mayor a uno (1.049), lo que significa que se tendrá un retorno de 1.049 veces de inversión por lo tanto se considera que invertir en el proyecto es viable y resultará beneficioso.

10.2. Recomendaciones

- Se recomienda tener un control cuidadoso en el proceso de la elaboración del producto. Se debe enfatizar en una producción que mantenga las propiedades nutricionales de los cítricos, para así aprovechar al máximo los beneficios que tiene este tipo de fruta.
- Con el incremento de la demanda se recomienda la implementación de maquinaria que se utilizara en el proceso productivo, se debe buscar métodos y técnicas que permitan tener una producción eficiente en el menor tiempo para poder satisfacer la demanda de los consumidores.
- Se debe de considerar el aumento del personal en la empresa, tanto la parte de producción como administración debido al aumento de la demanda de los productos de la organización. En lo que respecta a la estructura legal se deberá investigar los beneficios que se tiene al momento de exportar.
- Implementar un sistema económico que permita estimar regularmente la situación financiera de la empresa, a fin de ser más exactos a la hora de la toma de decisiones oportunas y eficaces.

11. Bibliografía

- Castro, R. T. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una planta productora y comercializadora de pulpa de fruta en el municipio de Venecia, Cundinamarca*. Bogotá. Recuperado el 20 de Mayo de 2018
- Cervera, M. (07 de Febrero de 2017). *Teresasjuicery*. Obtenido de Propiedades de los cítricos: <https://teresasjuicery.com/blog/2017/02/07/propiedades-de-los-citricos/>
- CODIGO DEL TRABAJO. (2005). CODIGO DEL TRABAJO. 1-167.
- Duque, H. A., & Taborda, G. J. (2004). *Estudio de Prefactibilidad para la creación de una planta procesadora de frutas en el Distrito Agroindustrial de Bajo Occidente de Caldas*. Manizales.
- ElDiario. (29 de Septiembre de 2016). La producción de cítricos disminuye. *eldiario.ec*. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de ElDiario.ec.
- Fuentes, T. E. (2012). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de concentrado congelado de naranja con fines de exportación a la República Popular China*. Esmeraldas.
- Inec. (2010). Recuperado el 10 de Enero de 2019, de Instituto Nacional de Estadística y censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Ministerio de Trabajo, migraciones y seguridad social. (2018). *Mitramiss*. Obtenido de <http://www.mitramiss.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
- National Institutes of Health. (2016). *Datos sobre la vitamina C*. Office of Dietary Supplements.

12. Anexos



Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí
Facultad ciencias administrativa
Carrera administración de empresa

Tema del proyecto: "Estudio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone"

Objetivo de la encuesta: "Estudio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de concentrados cítricos en el cantón Chone"

1. ¿Cuál es su edad?

18 o menos	<input type="text"/>
19 a 29	<input type="text"/>
30 a 49	<input type="text"/>
50 a 59	<input type="text"/>
60 a mas	<input type="text"/>

2. ¿Cuál es el rango de ingreso en su familia?

Menos de \$500	<input type="text"/>
De \$501 a \$1000	<input type="text"/>
De \$1001 a \$2000	<input type="text"/>
De \$2001 a \$3000	<input type="text"/>
De \$3001 a \$4000	<input type="text"/>
De \$4001 a \$5000	<input type="text"/>

3. ¿Cuál de las siguientes características le motiva a consumir concentrados de frutas?

Marca	<input type="text"/>
Presentación	<input type="text"/>
Precio	<input type="text"/>
Durabilidad	<input type="text"/>
Sabor	<input type="text"/>
Nutrientes	<input type="text"/>

4. ¿Qué marca de concentrado de frutas prefiere consumir?

Facundo	<input type="text"/>
Gustadita	<input type="text"/>
Snob	<input type="text"/>
Del valle	<input type="text"/>
Tampico	<input type="text"/>

5. ¿a qué lugares acude a comprar concentrados de frutas?

Súper Aki,	<input type="text"/>
Comercial Tia,	<input type="text"/>
Don Paco	<input type="text"/>
Tienda del barrio	<input type="text"/>

6. ¿conoce usted los concentrados a base de cítricos?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

7. ¿Le gustaría que exista en el mercado local un producto a base de concentrados cítricos que ayude a la salud?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

8. ¿Cuál es su frecuencia en la que compraría concentrados cítricos?

1 diario	<input type="text"/>
2 veces por semana	<input type="text"/>
1 vez por semana	<input type="text"/>
1 vez cada 15 días	<input type="text"/>
1 vez al mes	<input type="text"/>

9. ¿Qué tipo de envase le gustaría para los concentrados cítricos?

Funda de polietileno	<input type="text"/>
Frasco de vidrio	<input type="text"/>
Tarrina plástica	<input type="text"/>
Enlatado	<input type="text"/>

10. ¿Qué medio de comunicación prefiere para enterarse sobre el proyecto?

Tv	<input type="text"/>
Redes sociales	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

Anexo 1: Encuesta
Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Extractor de jugo



Fuente: Mercado libre México

Anexo 3: Envasadora



Fuente: Mercado libre Ecuador

Anexo 4: Lavadora de frutas por inmersión Citalsa Lia1



Fuente: Citalsa

Anexo 5: Mesa de selección de rodillos serie MRP



Fuente: Martinmaq

Anexo 6: Camión Hino año 2015 furgón seco



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 7: Pasteurizadora (100l De Capacidad)



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 8: Filtro de aluvionado C 25



Fuente: Cadalpe

Anexo 9: Computador Combo Intel Celeron 2 Core 4gb 1tb



Fuente: Compu zone

Anexo 10: Laptop Lenovo Core i3 8130 2.2ghz, 1tb, 8gb, bt, w10



Fuente: Novicompu

Anexo 11: Impresora Canon G3100 Multifunción Wifi Sistema de Tinta Original



Fuente: Novicompu

Anexo 12: Teléfono Empresarial para Call Centrer Panasonic Kxtg340b



Fuente: Novicompu

Anexo 13: Sumadora Casio Con Impresora Casio Hr-100tm Check & Reprint



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 14: Silla giratoria oficinas escritorios



Fuente: Novicompu

Anexo 15: Escritorio



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 16: Archivador Leader



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 17: Sillas de espera



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 18: Casilleros



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 19: Silla de espera tripersonal



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 20: Estantería



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 21: Gaveta 18 abierta



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 22: Botas de caucho amarillas punta de acero



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 23: Delantal Industrial Impermeable Caucho-nitrilo



Fuente: Mercado Libre Ecuador

Anexo 24: Gorro Desechable Malla Negra 100% Poliéster X 100 Unidades



Fuente: Mercado Libre Ecuador