



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDA NATURAL DE ORIGEN MANABITA A BASE DE ARAZÁ A UBICARSE EN EL CANTÓN SANTA ANA.”

AUTOR:

MACÍAS CEVALLOS JORGE LUIS

DIRECTORA DE TESIS:

ING. HOLGUIN BRIONES AUDREY JACQUELINE

2022

MANTA-MANABI-ECUADOR

 Uleam <small>UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ</small>	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	CERTIFICADO DE TUTOR(A)	REVISIÓN: 2
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	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:

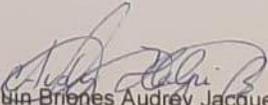
Haber dirigido y revisado el trabajo de Proyecto de Emprendimiento, bajo la autoría del estudiante Macías Cevallos Jorge Luis, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2016-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Emprendimiento, cuyo tema del proyecto es "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Manta, 01 de Agosto 2022.

Lo certifico,


 Ing. Holguín Briones Audrey Jacqueline,
Docente Tutor(a)
Área:

Dedicatoria

Dedico este trabajo de tesis primariamente a Dios, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional además de inculcarme los valores y la valentía que han logrado hacerme llegar hasta este punto de mi vida, dedicada también en memoria de mi padre y abuela, que a pesar de nuestra distancia física siento que están conmigo en cada momento, a mis hermanos, familia y amigos, por estar siempre apoyándome en las diferentes etapas de este proceso universitario.

Macías Cevallos Jorge Luis

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios ya que sin él no hubiera podido dar un solo paso, a mi madre por siempre haber estado ahí dándome ese impulso necesario en los momentos más difíciles, a mis hermanos por darme motivos para seguir avanzado siempre hacia adelante, a mi familia y amigos por brindarme su apoyo incondicional y a mi tutora la Ing. Audrey Holguín por su orientación y aporte en los momentos más relevantes de mi trabajo de investigación.

Del mismo modo extendiendo mis agradecimientos a todos los docentes que en el transcurso de mi paso por la academia brindaron sus conocimientos para enriquecer los míos.

Macías Cevallos Jorge Luis

ÍNDICE

CAPÍTULO I	13
1. Descripción del proyecto.	13
1.1 Planteamiento del problema.	13
1.2 Formulación del problema.....	14
1.3 Objetivos del proyecto.....	14
1.4 Hipótesis general	15
1.5 Justificación del proyecto	15
1.6 Delimitación del proyecto	19
1.7 Fundamentación Teórica	19
CAPITULO II.....	26
2. Planteamiento estratégico	26
2.1 Eslogan	26
2.2 Visión.....	26
2.3 Misión.....	27
2.4 Valores empresariales.....	27
2.5 Análisis interno del proyecto.....	28
CAPÍTULO III.....	29
3. Estudio de mercadotecnia	29
3.1 Análisis externo	29
3.2 Segmento de mercado.....	30
3.3 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos posterior a la aplicación de las encuentras en el cantón Santa Ana.....	33
3.4 Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)	40
3.5 Análisis competitivo (Porter).....	42
3.6 Descripción del producto.....	42
3.7 Análisis comparativos con productos similares.....	48
CAPÍTULO IV	49
4. Estudio técnico.....	49
4.1 Descripción de las características de localización del negocio.	49
4.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo.....	50

4.3	Diagrama de procesos.....	50
4.4	Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	51
4.5	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.....	51
4.6	Listado de proveedores.....	52
CAPÍTULO V.....		54
5.	Estudio Organizacional.....	54
5.1	Organigrama estructural y funcional.....	54
5.2	Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	56
5.3	Previsión de RRHH.....	59
5.4	Estudio Legal y societario.....	61
CAPÍTULO VI.....		65
6.	Estudio económico financiero.....	65
6.1	Costo unitario de producción.....	65
6.2	Estructura de costos y gastos.....	68
6.3	Proyección de ventas.....	69
6.4	Plan de Inversión.....	70
6.5	Detalle de los Activos Fijos.....	71
6.6	Líneas de financiamiento.....	74
6.7	Flujo de caja proyectado (5 años).....	76
6.8	Estado de resultados proyectados (5 años).....	77
6.9	Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	78
6.10	Evaluación financiera.....	79
CAPÍTULO VII.....		87
7.	Conclusiones.....	87
8.	Recomendaciones.....	88
9.	Bibliografía.....	89
10.	Anexos.....	92

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Distribución de encuestas.....	32
Ilustración 2. Género	33
Ilustración 3. Rango de Edad	34
Ilustración 4. Actividad Laboral del encuestado	34
Ilustración 5. Lugares de compra	35
Ilustración 6. Factores de compra.....	36
Ilustración 7. Bebidas de mayor consumo en Santa Ana	36
Ilustración 8. Conocimiento sobre la Fruta Arazá.....	37
Ilustración 9. Disposición de comprar una bebida de arazá	37
Ilustración 10. Medio para promocionar el producto	38
Ilustración 11. Tipo de envase.....	38
Ilustración 12. Cantidad de la bebida	39
Ilustración 13. Frecuencia de consumo de la bebida a base Arazá	39
Ilustración 14. Precio por bebida de arazá	40
Ilustración 15. Localización	49
Ilustración 16. Organigrama Estructural	54
Ilustración 17. Organigrama Funcional.....	55
Ilustración 18. Sueldos y puestos en el primer año	60

Índices de Tablas

Tabla 1. Tabla nutricional del Arazá.....	16
Tabla 2. Vitamina máxima.....	18
Tabla 3. Análisis Interno.....	28
Tabla 4. Segmentación del mercado	30
Tabla 5. Distribución de lugares a encuestar	32
Tabla 6. Materiales y Materia prima por utilizar	52
Tabla 7. Proveedores para el proyecto	52
Tabla 8. Registro de marca	63
Tabla 9. Gastos Adecuación.....	64
Tabla 10. Gastos legales.....	64
Tabla 11. Tabla de Materia Prima.....	65
Tabla 12. Mano de Obra directa.....	66
Tabla 13. CIF	66
Tabla 14. Costos Unitarios.....	67
Tabla 15. Proyección de Ventas a 5 años.....	69
Tabla 16. Inversión activo Fijo	70
Tabla 17. Equipos de Oficina.....	71

Tabla 18. Equipos de Computación	72
Tabla 19. Inversión por constitución de la empresa.....	72
Tabla 20. Inversión Operativa.....	73
Tabla 21. Inversión Total del proyecto	73
Tabla 22. Financiamiento.....	74
Tabla 23. Amortización por financiamiento bancario en dólares	74
Tabla 24. Flujo de Caja	76
Tabla 25. Estado de Resultados	77
Tabla 26. Estado Financiero Proyectado.....	78
Tabla 27. Participación de Socios	80
Tabla 28. Participación financiera de préstamo al Banco	81
Tabla 29. Valor presente de los Flujos de Efectivo	81

Resumen

En el presente proyecto de negocio se determinará el grado de factibilidad que tiene la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana. Considerando la importancia que tiene el desarrollar nuevas empresas que potencien la economía del cantón, la provincia y el país.

La investigación se desarrollará de forma explicativa y analítica, cabe recalcar que como método principal se utilizó la encuesta y como instrumento a la población del cantón Santa Ana, con los resultados obtenidos se realizará una proyección de 5 años para conocer la viabilidad de una empresa de esta índole.

En este proyecto encontraremos establecido el planteamiento del problema, conoceremos en donde radica el problema y como buscaremos su solución, además a esto en este apartado se dará a conocer el objetivo tanto general como específico, su respectiva justificación y la delimitación de esta investigación.

Palabras claves: investigación, emprendimiento, Arazá, bebida, Santa Ana.

Summary

In this business project the degree of feasibility of the creation of a company dedicated to the production and commercialization of natural drink of Manabi origin based on arazá to be located in the Santa Ana canton will be determined. Considering the importance of developing new companies that boost the economy of the canton, the province and the country.

The research will be developed in explanatory and analytical training, it should be noted that the survey was used as the main method and as an instrument to the population of the Santa Ana canton, with the results obtained a 5-year projection will be executed to know the viability of a company of this nature.

In this project we will find the problem statement established, we will know where the problem lies and how we will seek its solution, in addition to this, in this section the general and specific objective will be announced, its respective justification and the delimitation of this investigation.

Keywords: research, entrepreneurship, Arazá, drink, Santa Ana.

Introducción

Las frutas amazónicas se caracterizan por su sabor exótico e inigualable, actualmente han sido identificadas como una alternativa productiva, en el presente proyecto se trata de dar solución a una interrogante y esta es ¿será factible la implementación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de una bebida a base de arazá?, la problemática nace a raíz del desconocimiento y desperdicio de recursos que vive el cantón Santa Ana.

Mediante una investigación de mercado se dará apertura a indagar sobre respuestas direccionadas al mercado objetivo, la metodología cuantitativa y analítica permitirá conocer si efectivamente el proyecto se encamina hacia senderos positivos o se desvía a posibilidades negativas, mediante encuestas buscaremos darle solución a todas nuestras interrogantes.

Actualmente en el cantón Santa Ana no existe una empresa que se dedique a dichos productos, a nivel nacional esta fruta es explotada en su forma de pulpa, por otro lado, a nivel internacional si existen ya jugos comercializados de este tipo, entonces conociendo esto sabemos que existe sin lugar a duda una falta de productos de esta índole localmente.

CAPÍTULO I

1. Descripción del proyecto.

1.1 Planteamiento del problema.

A través de la historia la producción de la tierra que se realiza se ha inclinado en utilizar al máximo todos los recursos que ofrece la naturaleza, pero no siempre es así, en la actualidad no se han explotado todos los medios para obtener ciertos productos debido a la carencia de conocimiento. La falta de conocimiento en la producción da como resultado en un desgaste mayor y una obtención de ingresos bajos.

La provincia de Manabí actualmente no explota todos sus recursos, el problema principal lo tienen los productores y campesinos de la provincia en sectores rurales, y esto se da por la falta de conocimiento en cuanto a la capacidad de comercialización que puede llegar a tener esta fruta llamada Arazá, a nivel nacional esta fruta se produce solo como pulpa, a nivel internacional se desconoce de alguna industria que realice bebidas a base de esta fruta exótica.

La problemática radica en que esta fruta está siendo en su mayoría de casos desperdiciada, también se conoce que la explotación agrícola de los frutos naturales es muy reducida en el país, y esto limita su importancia económica, los productores y campesinos la consideran una fruta que se reproduce muy rápido, y dicen que una vez sembrada da frutos casi inmediata y simultáneamente también, actualmente en la provincia no se ha dado alguna industria que explote esta fruta.

Lo que se busca es implementar una empresa que dedique sus funciones a explotar esta fruta y potencializar la provincia de Manabí, esto se lograra con la elaboración de una bebida natural.

Realizar esto es importante por el hecho de mejorar la capacidad productiva de la provincia de Manabí, explotar sus recursos naturales y además mejorar la calidad de vida de campesinos y productores.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Es factible la implementación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de bebidas manabita a base de Arazá en el cantón Santa Ana?

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo General

Analizar el grado de factibilidad que tendría la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón santa Ana.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente el estudio de factibilidad, dando a conocer las propiedades del arazá e identificando procesos para el procesamiento de la fruta mediante el análisis de proyectos realizados por otros autores.
- Establecer el plan estratégico en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.

- Determinar el estudio de mercado en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.
- Establecer el estudio técnico en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.
- Aplicar el estudio organizacional en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.
- Definir el estudio financiero en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.

1.4 Hipótesis general

La hipótesis para este proyecto es la siguiente: Una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas naturales a base de arazá si es viable financieramente y contribuye en la economía del cantón Santa Ana, provincia de Manabí.

1.5 Justificación del proyecto

1.5.1 Justificación teórica.

Esta investigación busca conocer el grado de factibilidad que existe en la creación de una empresa, misma que estará dedicada a la producción y comercialización de bebidas naturales de origen manabita a base de arazá, teniendo su ubicación en el cantón Santa Ana.

La innegable carencia de una industria de esta índole que sepa explotar los recursos que ofrece la provincia de Manabí logra impactar negativamente al potencial económico que puede llegar a tener la misma, entonces el motor principal de esta investigación radica en la necesidad de conocer la importancia y viabilidad que tiene la implementación de la empresa antes mencionada.

Es a bien conocer nuestro que la provincia de Manabí posee una inigualable riqueza de frutos, mismos que lastimosamente no son lo suficientemente aprovechados por los productores, la incorporación de esta empresa lograra compensar satisfactoriamente la productividad y la economía de la provincia Manabita mejorando así la calidad de vida de todos los involucrados, la

sociedad en nuestra actualidad es cada vez más dinámica y siempre se encuentra en busca de productos innovadores nunca probados.

La Arazá o “Eugenia stipitata” como es científicamente conocida es una fruta de origen peruano que se caracteriza por ser exótica y con una gran variedad de nutrientes tales como son la vitamina A, B1, B2 Y C. (Tabla 1)

Tabla 1. Tabla nutricional del Arazá

Contenido nutricional arazá (100 g pulpa)	
Humedad (g/100g)	93.52
Extracto etéreo (g/100g)	1.43
Proteína (g/100g)	0.66
Fibra dietética (fracción sol.) (g/100g)	0.61
Fibra dietética (fracción insol.) (g/100g)	2.85
Cenizas (g/100g)	0.13

Carbohidratos totales (g/100g)	4.26
Calorías (g/100g)	30
Calcio (g/100g)	0.136
Fosforo (g/100g)	0.06
Hierro (g/100g)	0.841
Pro Vitamina A (b Carotenos) (g/100g)	0.03 + 0.0
Vitamina B1 (g/100g)	0.007 + 0.0
Vitamina B2 (g/100g)	LND
Vitamina C (g/100g)	62.8 + 0.71
Azucres totales (g/100g)	481
Glucosa (g/100g)	163.4 + 7.6
Fructosa (g/100g)	214 + 0.18
Sacarosa (g/100g)	104.2 + 2.1
PH (g/100g)	2.57
Acidez Titulable (g/100g)	2.88

Fuente: (Toledo, 2019)

Cabe recalcar que existe una variable negativa en estos grados de aporte nutricional y que el arazá contiene grados de vitamina C misma que si se consume de manera excesiva puede llegar a causar daños en nuestra salud. Esta tiene un valor alimenticio similar al de las naranjas, aunque aporta el doble de vitamina C los niveles adecuados de consumo se calculan tomando en consideración la edad. (National Institutes of Health, 2016)

Tabla 2. Vitamina máxima

Etapas de la vida	Límite máximo recomendado
Bebes 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 Healths, 2016

1.5.2 Justificación práctica.

El resultado de esta investigación servirá como plan de proyecto de negocio posteriormente presentado a posibles socios y a las respectivas instituciones financieras con la finalidad de obtener el recurso financiero para su implementación, además de que servirá de sustento de factibilidad a presentarse a los distintos organismos que representan a la provincia buscando lograr alianzas estratégicas que potencien el impacto y desarrollo del producto en Manabí y en el Ecuador.

1.5.3 Justificación metodológica.

Para la adecuada ejecución y cumplimiento de esta investigación, se efectuará el método explicativo y analítico, en el cual se buscará conocer las respuestas a todas las interrogantes relacionadas a la variable a estudiar, estos métodos irán de la mano con un estudio de mercado realizado mediante la técnica de recolección que es la encuesta, estas direccionadas a los principales implicados en el tema, como productores, potenciales clientes y proveedores, buscando obtener una información veraz y confiable.

1.6 Delimitación del proyecto

1.6.1 Delimitación geográfica

Este proyecto será situado en el cantón Santa Ana, Manabí, Ecuador.

1.6.2 Delimitación Temporal

Tendrá una razón de tiempo que parte desde agosto del 2021 hasta febrero 2022.

1.6.3 Delimitación social

Población económicamente activa que son consumidores de bebidas de origen natural en el cantón Santa Ana.

1.7 Fundamentación Teórica

El conocer sobre este tema implica una exhaustiva investigación que involucre cada una de las terminologías mencionadas, esta investigación dará a conocer la posibilidad de un negocio que será fuente de ingreso y empleo para varias familias de Santa Ana, por lo tanto, se realizará un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana, una vez planteado el tema, se analizará cada una de las partes importantes para su ejecución. Para su desarrollo se necesita conocer sobre los siguientes temas:

Ante esto, efectivamente del correcto estudio se conocerán datos importantes y relevantes que forman parte fundamental del tema a desarrollar, en este caso acerca de la factibilidad de un negocio de bebidas de arazá. Cabe recalcar que un estudio brinda una visión clara del tema a tratar con la finalidad de conocer resultados que puedan ser oportunos y necesarios para la toma de una efectiva decisión.

Por otra parte, Hernández y Col (2016) plantean respecto al estudio que puede identificarse como el “tipo de investigación que tiene fines prácticos en el sentido de solucionar problemas detectados en un área del conocimiento. Está ligada a la aparición de necesidades y problemas concretos y al deseo del investigador de ofrecer soluciones a aquellos” (p.103)

En este contexto, en el presente estudio se plantea encontrar la solución de algún problema en específico y cumplir una meta determinaba que brinde un aporte positivo, para este caso, el objeto de estudio es el conocer la factibilidad que existe en la creación de una empresa dedicada a la producción de una bebida donde se da como prioridad de ingrediente al arazá.

Esta investigación tendrá pertinencia en relación a obtener ese resultado que permita conocer si es posible o no llegar a implementar este tipo de negocio en el cantón Santa Ana, cabe recalcar que se vuelve además indispensable conocer que la factibilidad está ligada directamente a lo económico, por lo tanto se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos, además el estudio de factibilidad ayuda a conocer los recursos básicos que deben considerarse.

Tomando como referencia el proyecto de factibilidad de Tenorio (2020), llamado *Zumo a base de Arazá*, la factibilidad financiera para este tipo negocio es fundamental, puesto que, mediante este, se conocen las carencias de recursos para elaborar el proyecto, los aspectos por conseguir para su ejecución y definir las actividades adicionales para el éxito del negocio. Existen objetivos determinados para un estudio de factibilidad entre estos se encuentran los más importantes que son:

- Reducir los errores de proceso y mejorar la precisión.
- Reducir costes optimizando o eliminando recursos innecesarios.

- Actualizar y mejorar la atención al cliente o usuario.
- Desarrollo de planes de producción y mercadeo.
- Recopilación acelerada de datos.
- Automatización óptima de los procesos mensuales.
- Averigüe si la gente comprará el producto.
- Definir si obtendremos ganancias o pérdidas.
- Decide si quieres hacer esto o buscar otras ofertas.
- Realizar negocios con la máxima seguridad y el mínimo riesgo.
- Obtener el máximo beneficio o ingreso

Como podemos notar los beneficios de la realización de un estudio de factibilidad previo a cualquier implementación de negocio se vuelve increíblemente fundamental.

La creación de empresa representa un avance a la productividad y economía de una sociedad, además del continuo mejoramiento de la calidad de vida “La planificación económica constituye una importante actividad para la gestión del desarrollo económico y social, abarca todos los niveles desde la economía nacional hasta la empresa” (López et al., 2017)

La creación de empresas no es más que aquella acción de implementar y llevar a desarrollo una idea de negocio, para poder ejecutar satisfactoriamente una creación de empresas se debe con anterioridad haber realizado un exhaustivo estudio y planeación del mercado a inmiscuirse o también un estudio de factibilidad “La planificación es una función del proceso general de dirección (administración), proceso en el que siempre están presente cuatro elementos independientemente de la

actividad que se trata: la planificación, organización, dirección y el control que orientan el trabajo”.(López et al., 2017)

Efectivamente el correcto manejo administrativo de una empresa radica en la habilidad y orden que se posea al momento de implementar estos cuatro elementos, estos pilares se convierten en el sostén visible de las organizaciones se debe tener muy en claro que sin estos pilares sería un caos el manejo de un negocio sea cual sea su índole o actividad.

En la actualidad, para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis, sin lugar a duda la factibilidad que llega a tener una idea de negocio impulsa a los emprendedores involucrados.

Según Gallardo (2019) en su tesis *Diseño de una línea de producción para una bebida gasificada a base de Arazá*, mostró en su estudio de factibilidad un análisis para determinar si el negocio de producción de bebidas a base de arazá que se propone será oportuno realizarlo, respecto a su rentabilidad, aquí se detallan las estrategias de manera específica que se deben desarrollar para comercializar dicho producto innovador. Este estudio se recopiló datos relevantes sobre el desarrollo de productivo de bebida de arazá gasificada, estudiando un mercado específico y evidenciando la gran acogida para este producto.

En otro estudio, se buscó conocer el grado de factibilidad que llega a tener una empresa dedicada a la elaboración de jugos naturales a base de Arazá. Aquí se conoció que el arazá ofrece varios beneficios a la salud de las personas como mejora en el sistema inmunológico, esto debido al gran aporte de minerales y vitaminas que posee. Mediante el estudio se demostró que ante los beneficios de salud que ofrece la fruta las personas se incentivan a su consumo.(Intriago, 2016)

Tomando en consideración esto, se da a notar el posible impacto positivo que llegaría a tener este producto logrando un aumento de la productividad de productos de esta naturaleza a base de esta fruta, dando hincapié a resultados positivos en cuanto a la demanda y por ende factibilidad de este tipo de empresa, además a esto se liga la innegable mejora de la economía de la provincia o comunidad.

Por su parte Benavides & González (2017), en su tesis sobre la creación de una empresa relacionada a la comercialización de pulpa de arazá mencionan lo siguiente:

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, en este caso el arazá resulta ser una materia prima bastante factible para su comercialización y generar productos a través de esta fruta, un emprendimiento relacionado al arazá si se desarrolla adecuadamente puede tener resultados positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico. (p.42)

Se considera entonces a la creación de empresas como motor de impulso para la mejora económica y productiva del lugar donde se efectuó, ya sea un cantón o comunidad. Cabe recalcar que una vez implementadas las organizaciones para llegar de manera correcta a todos sus objetivos debe seguir un plan estratégico de comercialización o un plan de mercadotecnia. Lo mismo aplica para las empresas dedicadas a este fruto de arazá que deben establecer correctamente sus procesos y definir una clara estrategia de marketing que permita generar un impacto con el producto.

En esta dimensión de estudio se encontró elementos como el marketing, planes de distribución, logística entre otros. Un punto para tener muy en cuenta en la comercialización es que la Arazá es considerada una fruta de fácil descomposición y a su vez ligada a muchas plagas. Existen varias plagas que se han descubierto, de cuales se tratan de obtener más información para su exterminio.(Albuquerque, 2016)

Otro elemento importante dentro de esta implementación de empresas dedicadas a la producción o comercialización de arazá es el capital o recurso financiero. Según Morales (2015) mediante un estudio de factibilidad para el comercio de la pulpa de fruta de arazá menciona que, en estos proyectos relativamente nuevos, el presupuesto es una pieza clave en todos los aspectos para que el proyecto funcione, realizar una proyección de cifras o en términos monetarios de las actividades a realizar en una organización, contribuirá para lograr metas y como instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones.

Según Prado (2015) en su estudio basado en la implementación de una planta procesadora de pulpa de arazá menciona que la creación de bienes innovadores como el uso de la materia prima de arazá para elaborar nuevos productos, es un concepto poco antes visto, con gran oportunidad en el mercado, además con un plus agregado, el cual es que la fruta se puede cosechar en el país y es de poco conocimiento por las personas, el arazá contiene propiedades únicas y altos valores nutritivos, por lo que todo proyecto que tenga como base de producción esta materia prima puede tener gran oportunidades en el mercado, además de incentivar la economía local y generar fuentes de empleos.

Actualmente en el Ecuador existen un sin número de empresas dedicadas a la producción de bienes a base de frutas o plantas con alto valor nutricional, lo que conlleva al crecimiento industrial las empresas manufactureras.

En un estudio realizado por Reyes (2020) se conoció y demostró la viabilidad financiera con la que podría contar un proyecto a base de arazá, esto por su alta calidad nutricional, pero su debilidad es que no es muy conocida por la población, por lo que si las nuevas empresas que se dediquen a procesar y desarrollar nuevas maneras de crear productos a base de esta fruta y logran transmitir de

manera óptima sus beneficios, pueden asegurar una gran parte del mercado consumidor de frutas, bebidas, mermeladas, entre otros.

Actualmente en la provincia de Manabí y a nivel nacional no existe una empresa que dedique sus actividades a la elaboración y comercialización de jugos naturales a base de Arazá, cabe recalcar que, si existen en la provincia de Manabí empresas que elaboran y distribuyen jugos naturales a todo el Ecuador, entre estas están Ecopacif, la cual es una empresa dedicada a la elaboración de jugos frutales, existen además empresas que son informales que también dedican sus actividades a dichos jugos, sin embargo, no de la materia prima de la que se habla en el presente estudio.

CAPITULO II

2. Planteamiento estratégico

“Jugos Arazá” será una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de una bebida exótica a base del fruto arazá.

Este plan de negocio nace de la idea de incorporar al mercado algo nuevo, algo único que logre satisfacer necesidades, tanto de gustos como de nutrición.

Esta bebida será dirigida al consumo de todo público, mismo que se sienta atraído por jugos con sabores naturales.

2.1 Eslogan



2.2 Visión

Ser la empresa líder en el mercado de las bebidas naturales, con los más altos estándares de calidad y comercialización, marca número uno en productos innovadores dándoles un valor añadido a los consumidores locales y extranjeros.

2.3 Misión

Elaborar y comercializar una bebida natural saludable y de exquisito sabor que satisfaga a los consumidores dándoles una experiencia nueva e innovadora.

2.4 Valores empresariales

Responsabilidad ambiental: dar la mano al medio ambiente se vuelve una prioridad para la organización, el lema dar para recibir será enfocado a la responsabilidad ambiental que tendremos con la tierra provee.

Calidad: productos de gran calidad respetando las normas de calidad establecidas internacionalmente, buscando una calidad insuperable a nivel nacional.

Respeto: sin lugar a duda, el respeto es el pilar fundamental para todo proceso, el respeto al recurso humano, el respeto al cliente, al proveedor y cada una de las personas que rodean el entorno laboral y social de la empresa logra que se cumplan todos los objetivos trazados.

Innovación: una constante innovación de productos le da un plus agregado a nuestra empresa, manteniéndonos siempre al día innovando proceso y optimizando recursos.

Aprendizaje: los constantes aprendizajes a través de capacitaciones a nuestros colaboradores darán fuerza a las capacidades de nuestra mano de obra.

2.5 Análisis interno del proyecto.

Tabla 3. Análisis Interno

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Alto valor nutricional 	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento para inversión inicial.
<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de crecimiento en comercialización del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para obtención de materia prima.
<ul style="list-style-type: none"> • Productos con características únicas y especiales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de maquinaria para elaboración.
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en la elaboración del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevados costos de distribución.

Fuente: Elaborada por el autor

2.6. Perfil del consumidor

Para el perfil del consumidor en el contexto sociodemográfico del cantón Santa Ana, se observó que los potenciales consumidores son aquellos ciudadanos que de manera frecuente toman bebidas naturales a base de frutas, al ser una población donde el cultivo y cosecha de frutas es abundante, los ciudadanos están acostumbrados a tomar de manera constante las distintas preparaciones de jugos de frutas a base de arazá y dado la gran importancia y orgullo que tiene su gente por el cantón Santa Ana, es inevitable que ellos se nieguen a probar un producto oriundo de este cantón a base de la fruta arazá.

Siendo conservadores se proyecta que un 50% de la población del cantón estaría perfilado a ser un frecuente consumidor del producto a elaborar. Se proyecta llegar a un 70-80% de la población de Santa Ana sea parte del perfil consumidor de los jugos naturales a base de arazá.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercadotecnia

3.1 Análisis externo

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca existencia de productos similares. • Publicidades en las redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de plagas letales para la fruta. • Crisis económica.
<ul style="list-style-type: none"> • Actuales tendencias de consumo de productos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores.
<ul style="list-style-type: none"> • Arazá es un elemento exótico muy poco conocido y con un sabor único. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por razones de poca comercialización a gran escala los agricultores no dan mucha importancia a esta fruta.
<ul style="list-style-type: none"> • Gran poder de adquisición de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios políticos, económicos o sociales que afecten el desarrollo de la empresa.

Fuente: Elaborada por el autor

3.2 Segmento de mercado

Nuestra segmentación de mercado se encuentra determinada en el cantón Santa Ana, misma que no facilitara el conocer los potenciales consumidores que tiene nuestro producto a elaborar:

Tabla 4. Segmentación del mercado

Segmentación de mercado

<i>Factores demográficos</i>	Edad: a partir de 18 años hasta 70 años
	Sexo. Hombres y mujeres.
<i>Factores geográficos</i>	Habitantes residentes del cantón Santa Ana.

Fuente: Elaborada por el autor

3.2.1 Determinación de la muestra

Según el Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC, 2010) la población del cantón Santa Ana es de 47.385 habitantes, cabe recalcar que este fue el último censo realizado por esta institución del estado, esta cantidad de habitantes será el tamaño de la muestra para obtener el cálculo exacto de personas a encuestar.

Siendo:

n: tamaño de muestra.

Z: nivel de confiabilidad.

p: probabilidad de ocurrencia.

q: probabilidad de no ocurrencia.

E: margen de error.

N: tamaño de la población.

Donde:

Z: 1.96

p: 0.5

q: 0.5

E: 0.05

N: 47.385

Fórmula:

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 47385}{47385 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 381$$

La fórmula entrega un total de 381 personas mismas que serán encuestadas en distintos lugares del cantón de Santa Ana.

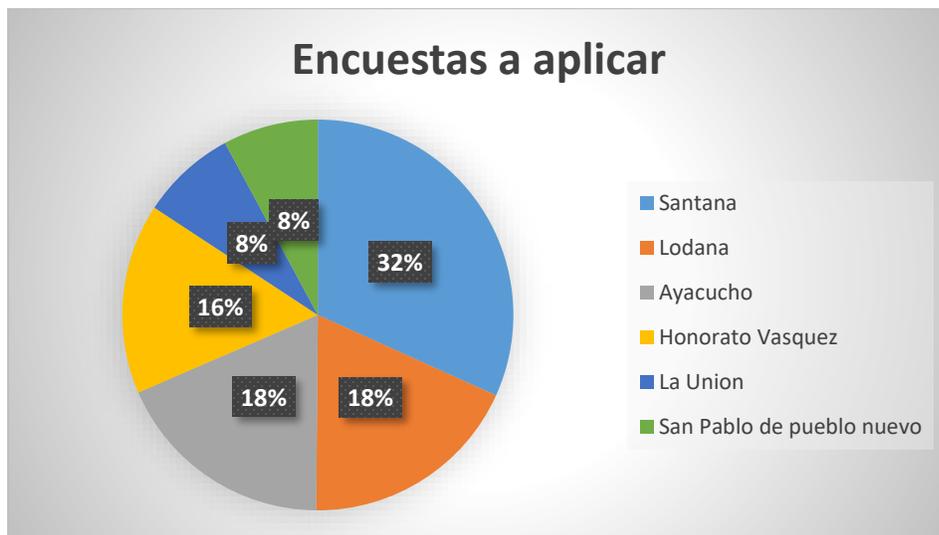
Tabla 5. Distribución de lugares a encuestar

Lugares donde se llevarán a cabo las encuestas

<i>Parroquias urbanas</i>	
<i>Santa Ana</i>	121
<i>Lodana</i>	70
<i>Parroquias rurales</i>	
<i>Ayacucho</i>	70
<i>Honorato Vásquez</i>	60
<i>La Unión</i>	30
<i>San Pablo de pueblo nuevo</i>	30

Fuente: Elaborado por el autor

Ilustración 1. Distribución de encuestas



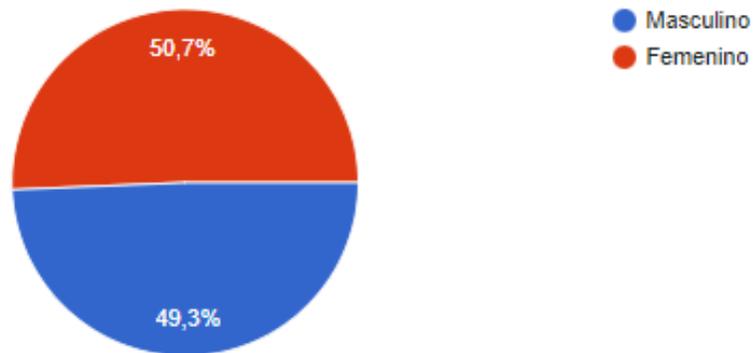
Fuente: Investigación de Campo

3.3 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos posterior a la aplicación de las encuestas en el cantón Santa Ana.

3.3.1 ¿Género del encuestado?

Ilustración 2. Género

381 respuestas



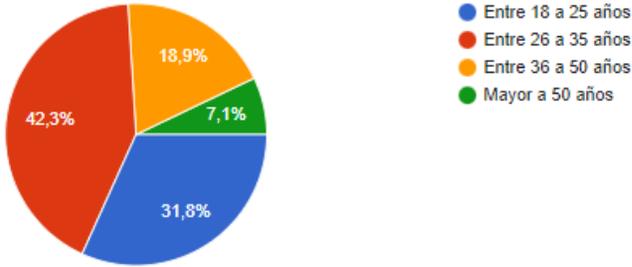
Fuente: Investigación de Campo

Según los resultados provenientes de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana proporciona la información de que el 50,7 % de encuestados fueron de género femenino.

3.3.2 ¿Edad del encuestado?

Ilustración 3. Rango de Edad

381 respuestas



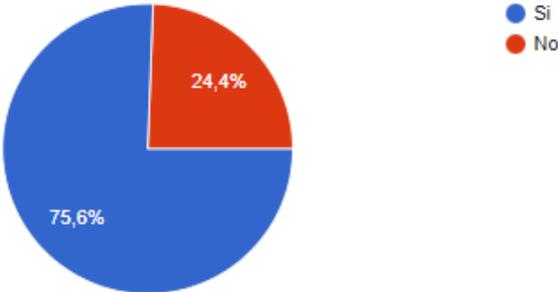
Fuente: Investigación de Campo

Según los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana proporciona la información de que el 31,8 % de encuestados estuvieron en un rango de edad de entre 18 a 25 años.

3.3.3 ¿Realiza usted alguna actividad laboral?

Ilustración 4. Actividad Laboral del encuestado

381 respuestas



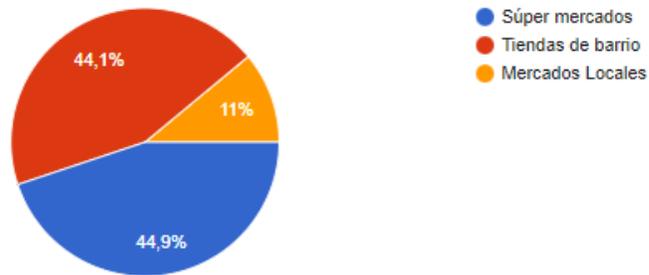
Fuente: Investigación de Campo

Según los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se conoció que el 75,6% de encuestados realizan alguna actividad laboral, mientras que el 24,4% no lo hacen.

3.3.4 ¿Dónde realiza normalmente sus compras, específicamente en lo que se refiere a jugos o bebidas?

Ilustración 5. Lugares de compra

381 respuestas

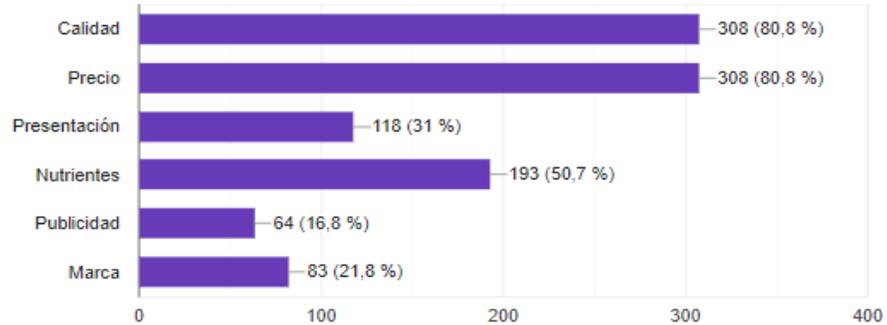


Fuente: Investigación de Campo

Según los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, proporciona la información de que el 44,9 % de encuestados realizan sus compras en supermercados, incluyendo la adquisición de las diferente bebidas naturales.

3.3.5 ¿Cuáles de las siguientes características influyen en su decisión al momento de adquirir una bebida natural a base de frutas?

Ilustración 6. Factores de compra

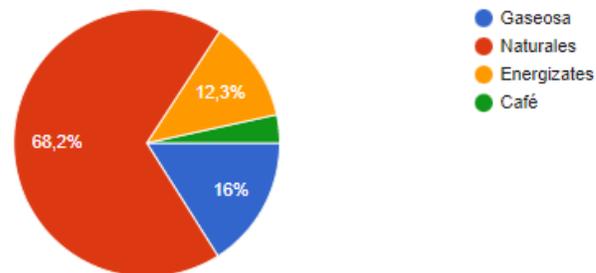


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados provenientes de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se conoció que el 80.8 % de los encuestados realizan sus compras basada en dos características principales, que son la calidad y el precio de los productos.

3.3.6 ¿Qué tipo de bebida consume con más frecuencia?

Ilustración 7. Bebidas de mayor consumo en Santa Ana

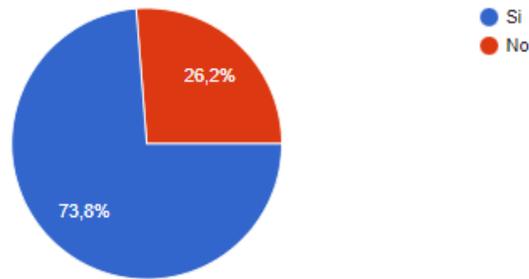


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados que provienen de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana se conoció la siguiente información, el 68,2 % de los encuestados beben con mayor frecuencia las bebidas naturales.

3.3.7 ¿Conoce usted la fruta Arazá?

Ilustración 8. Conocimiento sobre la Fruta Arazá

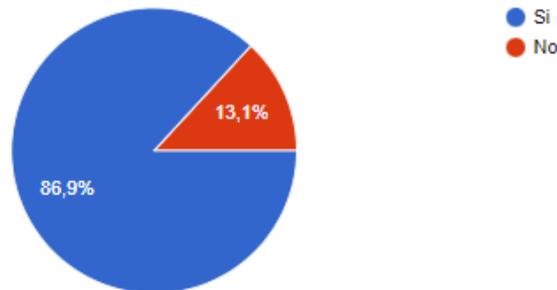


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se evidenció que el 73,8 % de encuestados si conocen la fruta llamada Arazá.

3.3.8 ¿Estaría dispuesto a comprar una bebida natural hecha a base de Arazá sabiendo que es elaborada por una empresa oriunda del cantón Santa Ana?

Ilustración 9. Disposición de comprar una bebida de arazá

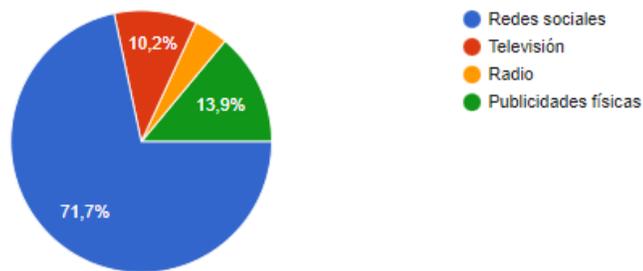


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados obtenidos en el cantón Santa Ana, el 86,9 % de encuestados si consumirían una bebida elaborada con la fruta Arazá.

3.3.9 ¿Qué medio cree usted que sería el adecuado para que una empresa productora y comercializadora de la bebida a base de arazá pueda dar a conocer los beneficios y atributos de su producto?

Ilustración 10. Medio para promocionar el producto

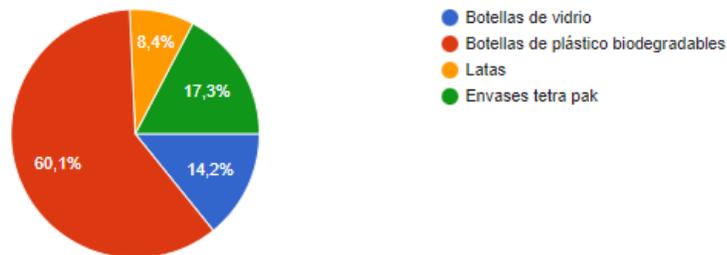


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana otorga la información de que el 71,7% de encuestados creen que el medio más adecuado para dar a conocer el producto son los medios digitales en especial en los medios sociales.

3.3.10 ¿Qué tipo de envase le gustaría para el consumo de bebidas naturales?

Ilustración 11. Tipo de envase

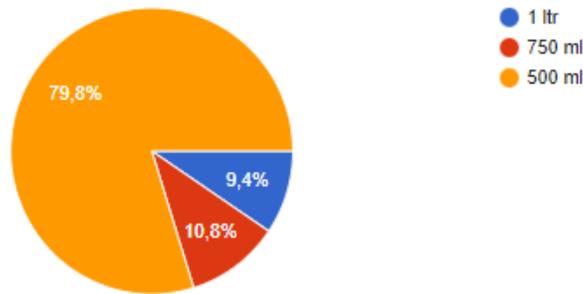


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se evidenció que el 60,1% de encuestados les gustaría que el envase para el producto sea a base de botellas de plásticos biodegradables.

3.3.11 ¿Qué cantidad de jugo cree que sería el adecuado para la comercialización de esta bebida a base de Arazá?

Ilustración 12. Cantidad de la bebida

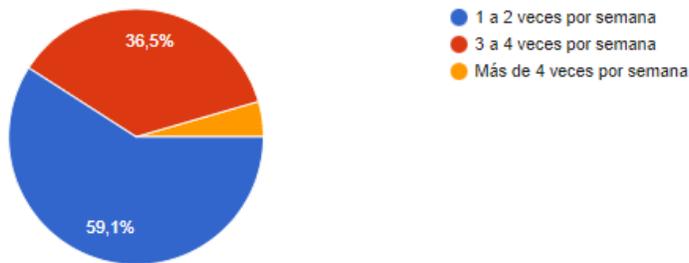


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se conoció que el 79,8% de encuestados consideran que la cantidad idónea para la comercialización es de 500ml.

3.3.12 ¿Con que frecuencia consumiría esta bebida exótica a base de Arazá?

Ilustración 13. Frecuencia de consumo de la bebida a base Arazá

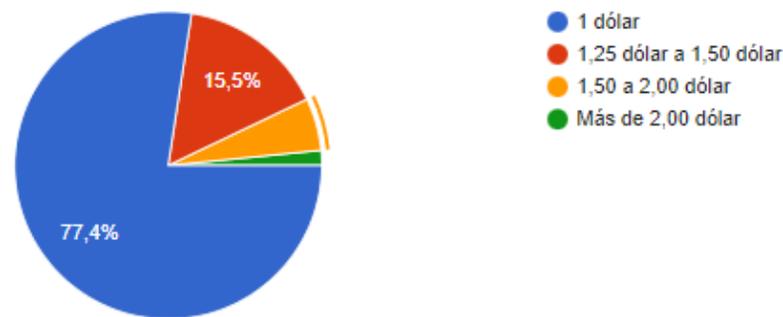


Fuente: Investigación de campo

Según los resultados provenientes de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana se conoció que el 59,1 % de encuestados, beberían este producto de 1 a 2 veces por semana.

3.3.13 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una botella de 500ml de esta bebida exótica?

Ilustración 14. Precio por bebida de arazá



Fuente: Investigación de campo

Según los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón Santa Ana, se logró evidenciar que el 77,4% de encuestados consideran adecuado un precio de 1 dólar por unidad para la venta de la bebida a base de arazá.

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

3.4.1 Producto

Bebida natural de origen Manabita a base de arazá, este jugo será elaborado con ingredientes como lo son el Arazá, azúcar, leche y jengibre obteniendo un sabor agridulce y un rico aroma, envasado en botellas biodegradables de 500 ml, con publicidad colorida y llamativa, en cual predominara el color verde, amarillo y rojo mismos que representan los colores del cantón y a su vez colores de la fruta.

3.4.2 Precio

Se busca darle una definición al precio, pero este estará ligado a factores como lo son:

- Competencia
- Costo de materia prima necesaria para la elaboración
- Costo de envase

3.4.3 Promoción

La promoción será dirigida por redes sociales, actualmente esta es una gran ventaja, porque se logra llegar a un mayor público con menos cantidad de recursos, se dará prioridad al marketing digital pero no se dejará de lado la publicidad en carteles adhesivos en las pequeñas y grandes tiendas que sean aliadas estratégicas del producto, esto con el objetivo de dar una mayor apertura de promoción. También se dará a conocer el producto mediante trípticos y folletos entregados en las vías principales y en las puertas de entradas de negocios de consumo masivo.

3.4.4 Plaza

La plaza de este producto estará situada en las tiendas y supermercados de la ciudad de Santa Ana, cabe recalcar que las áreas deben estar adecuadas para el correcto mantenimiento de esta bebida y evitar cualquier factor que cause pérdidas al negocio.

Se comenzará en la parroquia principal del cantón que es Santa Ana y luego se extenderá a las siguientes.

3.5 Análisis competitivo (Porter).

Tabla 6. Distribución de lugares a encuestar

Fuerza	Alto	Medio	Bajo
Amenaza de nuevos competidores			X
Poder de negociación de los clientes		X	
Poder de negociación de los proveedores		X	
Rivalidad entre competidores			X
Amenaza de productos sustitutos		X	

Fuente: Elaborada por el autor

3.6 Descripción del producto

3.6.1 Características del producto

La fruta que predomina en la elaboración de este producto es el arazá y tiene su origen en la amazonia, su distribución principal es en la cuenca amazónica, el árbol de esta fruta mide entre 3 metros y posee muchas ramificaciones, esta fruta se adapta a climas tropicales y subtropicales, sin riesgo de heladas, suelos ácidos y con buen drenaje.

La fruta de arazá color verdoso en estado no maduro y es escasamente amarillento, cuando este dorado es donde alcanza la madurez, esto ocurre en una media de los 90 días de la floración. Es deliciosa, muy aromática, posee un exocarpo liso o aterciopelado, un mesocarpo carnoso de color amarillo de sabor fuertemente ácido, de 10 cm. de diámetro, con pesos comprendidos entre 200-600 gramos y posee de 7 a 12 semillas.(Loor & Reyes, 2018)

También es conocida como la guayaba amazónica. Por años ha crecido de manera silvestre en las selvas amazónicas, su cultivo es muy popular en Ecuador, Colombia, Perú y Brasil.

El arazá es idóneo para producir jugos, mermeladas y helados; también para la producción industrial de pulpa congelada, fruta disecada y la capacidad de obtener aromas para perfumes. La planta produce durante prácticamente el año entero y con esto, dependiendo del manejo de la plantación (Aguirre & Sánchez, 2015)

El arazá es un fruto que sigue el proceso de maduración después de la cosecha, por lo tanto, se puede cosechar a partir de los 38 días de cuajada la fruta, existiendo 4 cosechas por año, de manera trimestral. Además de que el rendimiento es de 14 toneladas por hectárea al año.

El producto por implementarse consta como componente principal a esta fruta ya antes mencionada de nombre Arazá, será una bebida embotellada en envases de 500ml este jugo además posee ingredientes como lo son la leche, azúcar y jengibre mismo que en su correcta complementación nos brindaran un sabor exquisito e inigualable.

3.6.2 Normativas y políticas del producto

En cuanto a exportar este producto se encontró que todo lo referente a las exportaciones se localiza examinado en el Artículo 306 de la Constitución de La República Del Ecuador (2008), por lo que indica:

Art. 306.- “El estado provisionará las exportaciones ambientales responsables, dirigidas hacia aquellos que creen plazas de trabajo y brinden un valor agregado”.

Según el Ministerio de Salud del Ecuador (2014) menciona en su Art. 11.- El Registro Sanitario se podrá obtener a través de cualquiera de los siguientes procesos:

Registro sanitario por producto.

Registro Sanitario por la línea de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la Autoridad Sanitaria Nacional (alimentos procesados nacionales). (Ministerio de Salud del Ecuador, 2014, p. 4) (Véase en el anexo2)

El artículo 11 indica como es el procedimiento para obtener el registro sanitario por producto alimentos procesados nacionales y registro sanitario por la línea de producción.

En el artículo 12 se explica sobre como declarar el registro de los alimentos procesado que es con la fórmula cuantitativa y cualitativa del bien producido, en este caso del jugo de Arazá, se va a expresar en porcentaje de manera decreciente.

Según el Ministerio de Salud del Ecuador (2014) en su Art. 13.- “Para la obtención del registro sanitario por bien o servicio producido para alimentos nacionales, la persona interesada ingresará el formulario a través de la ventanilla única ecuatoriana”. (p.6)

Descripción general del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico; Diseño de la etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el “Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022).

Declaración del tiempo de vida útil del producto, indicando las condiciones de conservación y almacenamiento de este, con nombre y firma del responsable técnico, sustentado en la ficha de estabilidad;

Descripción del código de lote, suscrito por el técnico responsable; y

Contrato de elaboración del producto y/o convenio de uso de marca, cuando aplique.

(Ministerio de Salud del Ecuador, 2014)

Como ya se mencionó anteriormente en el Art. 11, en este Art.13 menciona cuál es el sistema que debemos ingresar el formulario es decir VUE (Ventanilla Única Ecuatoriana), y junto con el formulario se deben anexar de formato digital los documentos detallados en dicho artículo.

3.6.3 Plan Nacional del Buen Vivir

El “Plan Nacional para el Buen Vivir” (2013-2017), es aquel documento que comprende los objetivos propuestos orientados a un progreso socioeconómico en donde se tienen como factores relevantes a cultura, el entorno y el desarrollo social. Este plan contempla objetivos relacionados al presente proyecto, a continuación, se detalla su relación:

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

Este objetivo busca transformar la estructura productiva del Ecuador a través de la diversificación, la sustitución de importaciones, el crecimiento del sector manufacturero, el mejoramiento de la oferta exportable y el aumento productivo.

Objetivo 10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

En el literal c (ANEXO 2), para este proyecto es relevante porque este objetivo se enfoca en integrar valor agregado utilizando materias primas de calidad, donde se propone exportar productos derivados en lugar de exportarlos como frutas o plantas frescas.

3.6.4 Limitaciones del producto

Existe la limitación de expandir la producción debido al poco cultivo de dicha fruta.

La fruta es muy susceptible a sufrir daños por la manipulación y transporte, principalmente al estar el fruto maduro, aproximadamente a los 82 días después de la floración ya se puede realizar la

cosecha, además existen diversas plagas que atacan directamente el Arazá entre estas la mosca de la fruta, los ácaros de los cogollos y el gusano negro (Loor & Reyes, 2018).

Los costos de producción y manufactura en nuestro país son muy elevados lo cual es una limitante de competitividad con las grandes industrias del exterior.

3.6.5 Producto dentro del país

Generalmente la fruta fresca se usa para la elaboración de mermeladas o pulpas, es necesario desarrollar inversiones tecnológicas para producir frutas deshidratadas u otros productos con mayor valor agregado.

Para el arazá existe una gran posibilidad de ingresar a los mercados del mundo, por ser un producto que tiene características muy especiales que lo diferencian de los similares tradicionales conocidos.

3.6.6 Beneficios de la fruta

La Guayaba Arazá es considerada como un alimento con un alto valor nutricional, tiene una función especial en el organismo: en el caso del arazá, previene y controla numerosas enfermedades cardiovasculares (diabetes) y degenerativas como el cáncer, por su alto contenido en antioxidantes.

Además, es una excelente fuente de vitamina C, que ayuda a mantener un sistema inmunológico saludable, y su gran cantidad de pectina ayuda a retardar la absorción de azúcares simples en el intestino, por lo que se recomienda para personas con diabetes, ya que retarda la eliminación de azúcar del cuerpo y del estómago al duodeno, esto previene picos repentinos de azúcar en la sangre.(Morales, 2015)

Por ser una fruta alta en minerales, vitaminas y por tener la mejor combinación de proteínas e hidratos de carbono, se puede utilizar como complemento nutricional, preferentemente en la leche, para intensificar sus propiedades.

Gracias a su amplia gama de propiedades estabiliza la flora intestinal, gracias a su sabor cítrico es bueno para la pérdida de grasa, un buen aliado en la lucha contra el sobrepeso y la obesidad, gracias a su gran cantidad de humedad ayuda a mejorar el aspecto de la piel, combate la diarrea y el estreñimiento.

Es una fruta rica en minerales como magnesio, fósforo, sodio, hierro y zinc. Debido al efecto estabilizador de la pectina en su propia pulpa, el arazá es particularmente adecuado para la elaboración de productos lácteos exóticos. arazá tiene un sabor propio entre piña y mango. Propiedades de la pulpa

La pulpa del fruto se caracteriza por poseer pH (2,0), °Brix (4,0) bajos y unos contenidos en base seca de carbohidratos entre 70 a 80,6%, proteína 6,0 a 10,9%, pectina 3,4%, vitamina C 0,77 a 7,4%, calcio 0,16 a 0,22%, magnesio de 0,08 a 0,12%, entre otros

3.6.7 Proveedores de Arazá

La región amazónica es uno de los centros de origen de especies alimenticias, destacándose los frutales amazónicos, como los frutales de arazá, nativos de la región, distribuidos en las seis provincias de la cuenca del río Amazonas en nuestro país, y parte del chakra de la tierra. pequeños productores. (Tenorio, 2020)

El Instituto Nacional de Autonomía Agraria (INIAP), a través de la Estación Experimental Central Amazónica de la provincia de Orellana, promueve este cultivo en sistemas agroforestales para que las familias que viven en las zonas rurales lo adopten en beneficio de la comunidad.

La fruta tropical arazá se ha cultivado a mano en estas regiones y Centroamérica desde la década de 1980. La siembra se hace con otras frutas y árboles. útiles. Este tipo de explotación es sostenible.

3.7 Análisis comparativos con productos similares

Existen productos que pueden llegar a ser sustitutos del nuestro, no son exactamente con nuestras mismas características o ingredientes, pero pueden llegar a responder la misma necesidad de nuestros consumidores, entre estos oscilan:

- Bebidas gaseosas
- Bebidas energéticas
- Te
- Bebidas frutales

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

4.1 Descripción de las características de localización del negocio.

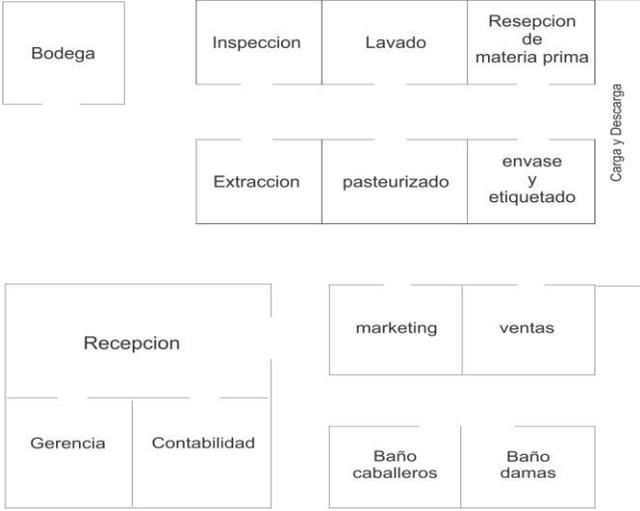
Por razones de procesos de producción se plantea ubicar el negocio fuera de la zona urbana, siendo la vía Santa Ana – Poza Honda la indicada para su establecimiento

Ilustración 15. Localización



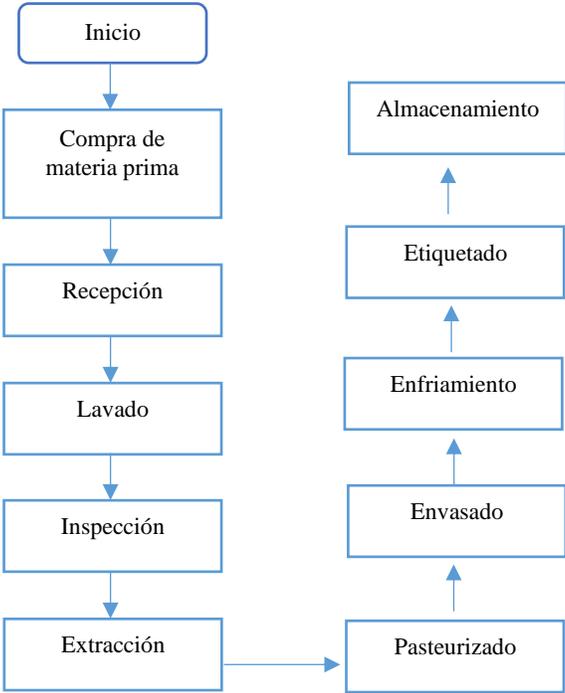
Elaborado por: Jorge Macías

4.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo.



Elaborado por: Jorge Macías

4.3 Diagrama de procesos



Elaborado por: Jorge Macías

4.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas.

- Tanque de mezclado
- Cámara frigorífica
- Filtro
- Tanques para la corrección
- Caldera para generar vapor
- Equipo de determinación bacteriológico
- Sistemas de enfriamiento
- Envasadora
- Tanque de enfriamiento
- Etiquetadora
- Bomba para suministrar agua
- Equipos de computación
- Mobiliarios
- Equipos de oficina

4.5 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.

Entre los materiales y materia prima para la producción mensual de la bebida natural a base de arazá se encuentran los siguientes:

Tabla 6. Materiales y Materia prima por utilizar

DETALLE	10000 UNIDADES de 750 mililitros
Fruta de Arazá	5000 kg
Jengibre	500 kg
Endulzantes (Azúcar)	2000 kg (20 quintales)
Leche	4000 litros
Preservante natural (Sorbato de potasio)	100 kg
Preservante natural (ácido nítrico)	100 kg
Estabilizador o aditivo alimenticio	0,1%0,2% por unidad

Elaborado por: Jorge Macías

4.6 Listado de proveedores.

Tabla 7. Proveedores para el proyecto

ÍTEM DE LOS PRODUCTOS	PROVEEDOR
Fruta Arazá	Agricultores de Santa Ana
Botellas de plástico biodegradable	Envases Plásticos en Manabí - NEXDU
Etiquetas para el producto	Sublimadora Zhamir
Leche	Manantiales del Rocío
Endulzantes naturales (Miel o Stevia)	Manantiales del Rocío y Doplim
Jengibre	Empresa Nuevo Amanecer
Agua	Queen Water
Preservante natural (Sorbato de potasio)	Relubquim productos químicos

Preservante natural (ácido nítrico)	Relubquim productos químicos
Estabilizador o Aditivo alimenticio	Coproquim
Transporte de productos y alimentos	Logística Integral Grayhound S.A.
Cartones y cajas	CARTONERA MANABI CARTOMANABI S.A.

Elaborado por: Jorge Macías

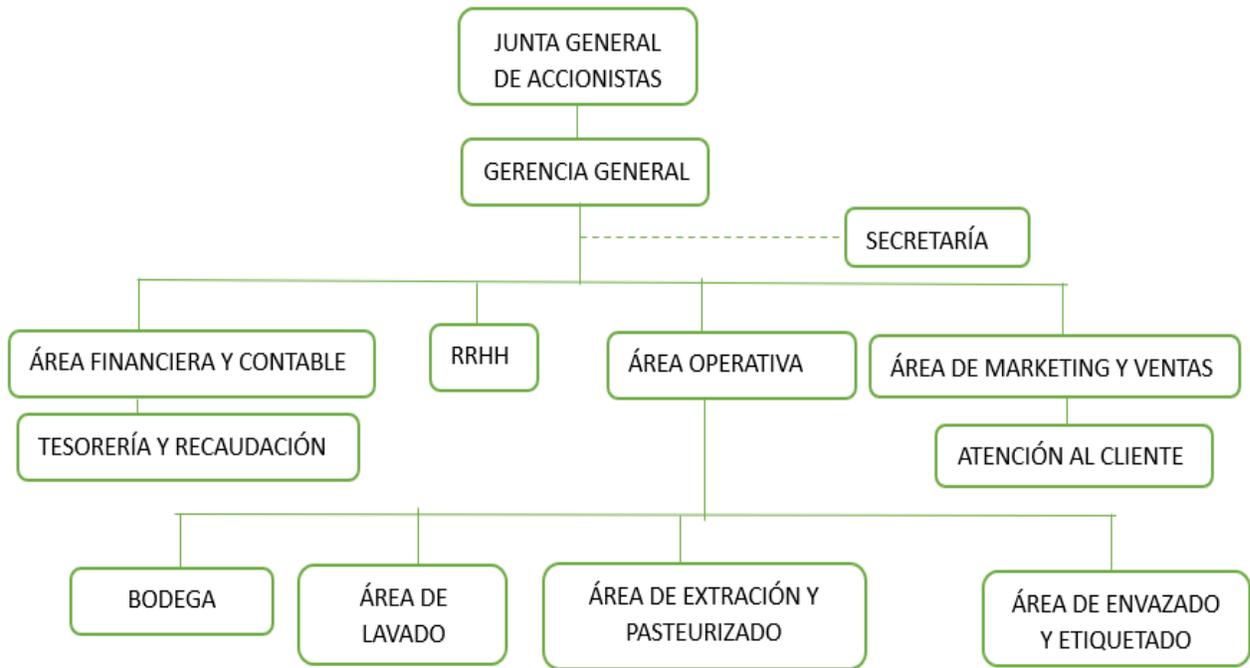
CAPÍTULO V

5. Estudio Organizacional

5.1 Organigrama estructural y funcional

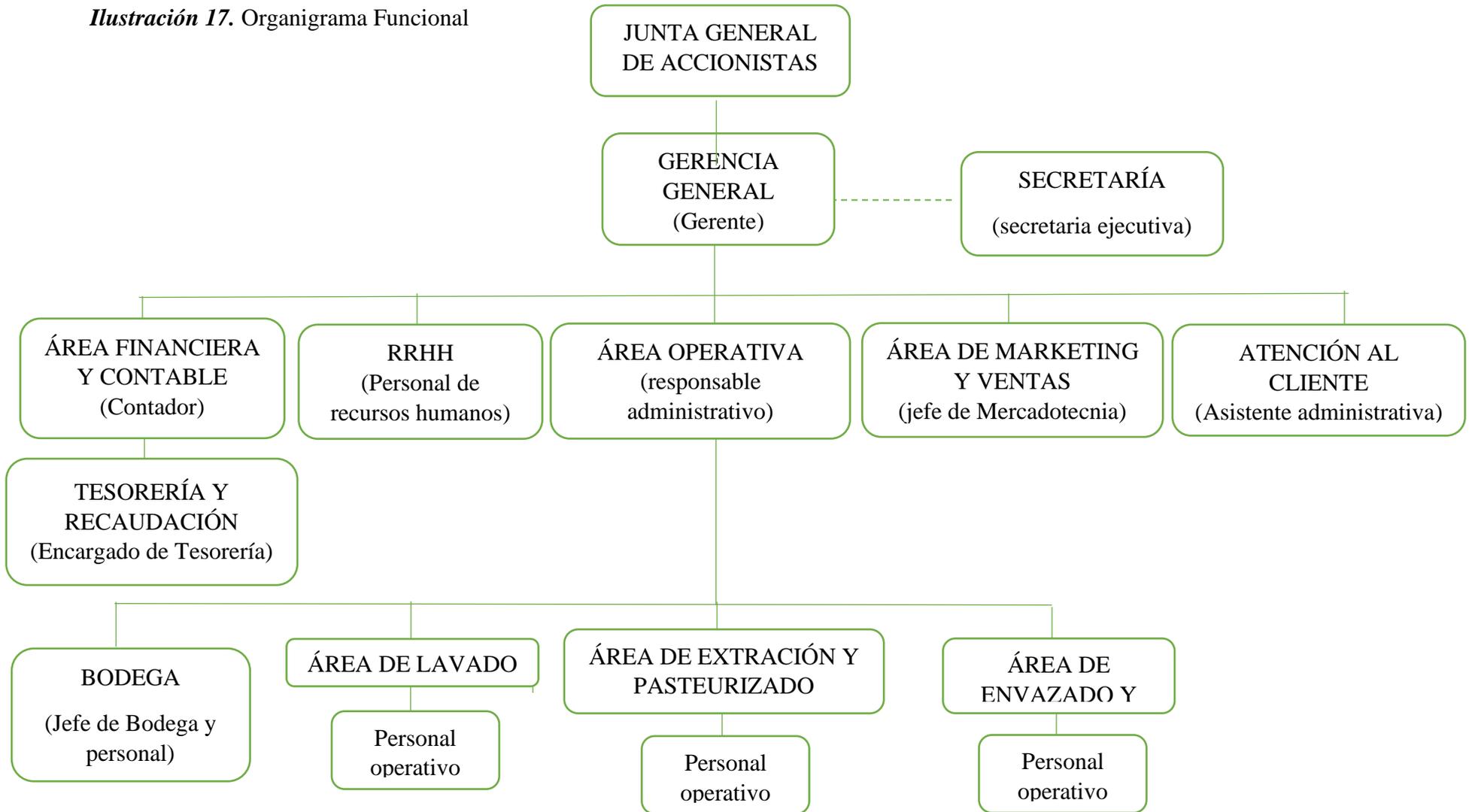
A continuación, se detalla la estructura organizacional de la empresa.

Ilustración 16. Organigrama Estructural



Elaborado por: Jorge Macías

Ilustración 17. Organigrama Funcional



Elaborado por: Jorge Macías

5.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Cada una de las personas que forma parte de este proyecto tiene funciones y responsabilidades específicas que contribuyen al logro de objetivos de este proyecto de producción de bebidas a base de arazá. A continuación, se detallan estas:

Gerente

Será asignado por los socios-accionistas que tenga el proyecto, para este caso en particular, el fundador del proyecto tiene mayor probabilidad de ocupar dicho puesto de trabajo. Se encarga de las siguientes funciones:

- Dirigir la gestión administrativa y financiera.
- Representa a la junta general de accionistas y responde a ellos.
- Elaborar presupuestos anuales.
- Toma decisiones operativas, financieras o administrativas.
- Realiza informes periódicos para informar al directorio o la junta de accionistas.

Secretaria

Se encarga de asistir a la parte gerencial, mediante trabajo administrativo. Entre sus funciones se encuentran:

- Redactar correspondencia, correos y documentos relacionados al giro del negocio.
- Brindarle al gerente todos los materiales y medios que necesite para la realización eficiente de sus actividades.
- Procesar documentación para firma y entrega.
- Vocera de las decisiones que desee tomar la gerencia y remite los comunicados.

- Responsable de la agenda de trabajo de la Gerencia.
- Ordena y sintetiza información de la empresa.
- Colaborar activamente con la Gerencia.

Contador

Se encargará de todos los aspectos contables y tributarios de la empresa. Entre sus funciones esenciales están:

- Elaboración de estados financieros
- Cumplimiento de obligaciones tributarias(declaraciones)
- Elaboración de Reportes financieros
- Remitir y comunicar información financiera-contable a la administración general
- Registro contable de los hechos económicos

Asistente Contable

Se encargará de asistir al contador general del centro recreativo y apoyarle para el cumplimiento de todas las obligaciones contables, financieras y tributarias que tenga la empresa, para esto, debe realizar actividades que le delegue el contador.

RRHH (Recursos Humanos)

Se encargan principalmente de:

- Contratar personal
- Selección del personal
- Capacitación al personal
- Recibir a nuevos empleados

- Comunicación interna
- Despidos
- Administrar Salarios

Jefe de Mercadotecnia

Su función es esencialmente encargarse de los aspectos publicitarios y mercadotécnicos de la empresa, entre estas actividades se encuentran:

- Investigación de mercados
- Prospección
- Creación de contenido digital para al centro recreativo
- Estudios de mercados y análisis de la competencia
- Dar a conocer los productos de la empresa de manera creativa

Atención al cliente

Encargado de atender a los clientes que lleguen al centro recreativo, de estar pendiente de las necesidades de los mimos y garantizar la satisfacción de ellos acerca de los servicios ofrecidos.

Jefe de Bodega

Su trabajo consiste en monitorear y supervisar que la actividad relacionada con la bodega se realice satisfactoriamente, él se encarga de coordinar, dirigir las entradas y las salidas de la materia prima y otros materiales necesarios para la organización.

Operario de Bodega

Se encardan de recibir, ordenar, clasificar y de gestionar a la salida del inventario de la empresa. Los operarios siguen las instrucciones del jefe de la bodega.

Personal Operativo

Se encargan de las principales actividades necesarias para la producción de las bebidas a base de arazá, en este caso para las áreas de lavado, área de extracción y pasteurización, de envasado y etiquetado.

5.3 Previsión de RRHH

La previsión de recursos humanos es una herramienta de gestión que ayuda a definir los requerimientos de personal en la empresa, en este caso se definirán los sueldos y los puestos de trabajos de manera general necesarios para la actividad empresarial de la organización dedicada a la producción de bebidas a base de arazá.

Ilustración 18. Sueldos y puestos en el primer año

Previsión RRHH										
Nómina Administrativa	Cantidad	Salario	Total	Fondo de Reserva	Décimo tercer	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
Gerente General	1	\$800,00	\$800,00	\$66,64	\$66,67	35,42	\$33,33	\$89,20	\$1.091,26	\$13.095,08
Secretaria	1	\$450,00	\$450,00	\$37,49	\$37,50	35,42	\$18,75	\$50,18	\$629,33	\$7.551,92
Contador	1	\$600,00	\$600,00	\$49,98	\$50,00	35,42	\$25,00	\$66,90	\$827,30	\$9.927,56
Asistente Contable	1	\$450,00	\$450,00	\$37,49	\$37,50	35,42	\$18,75	\$50,18	\$629,33	\$7.551,92
Jefe de RRHH	1	\$600,00	\$600,00	\$49,98	\$50,00	35,42	\$25,00	\$66,90	\$827,30	\$9.927,56
Asistente administrativo	2	\$500,00	\$1.000,00	\$83,30	\$83,33	35,42	\$20,83	\$111,50	\$1.334,38	\$16.012,60
Jefe de Mercadotecnia	1	\$550,00	\$550,00	\$45,82	\$45,83	35,42	\$22,92	\$61,33	\$761,31	\$9.135,68
Encargada de la atención al cliente	1	\$450,00	\$450,00	\$37,49	\$37,50	35,42	\$18,75	\$50,18	\$629,33	\$7.551,92
Jefe de Bodega	1	\$500,00	\$500,00	\$41,65	\$41,67	35,42	\$20,83	\$55,75	\$695,32	\$8.343,80
Operario de Bodega	2	\$425,00	\$850,00	\$70,81	\$70,83	35,42	\$17,71	\$94,78	\$1.139,54	\$13.674,46
Total										\$102.772,50
Nómina de Producción										
Personal de lavado y extracción	2	\$ 425,00	\$850,00	\$70,81	\$70,83	35,42	\$17,71	\$94,78	\$1.139,54	\$13.674,46
Personal de Pasteurizado	2	\$ 425,00	\$850,00	\$70,81	\$70,83	35,42	\$17,71	\$94,78	\$1.139,54	\$13.674,46
Personal de envasado y etiquetado	2	\$ 425,00	\$850,00	\$70,81	\$70,83	35,42	\$17,71	\$94,78	\$1.139,54	\$13.674,46
Total										\$41.023,38

Elaborado por: Jorge Macías

5.4 Estudio Legal y societario

Marco legal

La empresa necesita de ciertos aspectos legales que consideran para desarrollar su negocio, entre estos se encuentran los siguientes:

Requisitos para su legitimidad

Se constituirá una sociedad limitada, la cual tendrá un capital mínimo de \$400 con 3 socios principales, los cuales serán familiares.

1) Denominación de la empresa

Una vez definido el nombre de la organización, se debe asegurar que dicho nombre no se encuentre registrado, para esto se busca en la plataforma de la SUPER DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS, el nombre que se planea usar para la empresa, si se encontrara ya registrado debe pensarse otro nombre.

2) Elaboración de los Estatutos

El estatuto será aquel compromiso legal que incluye una serie de normas, políticas y obligaciones que deben cumplirse a cabalidad en la empresa, tanto para accionistas como personal de la empresa, la cual debe ser validada por la firma de un profesional en derecho.

3) Cuenta Integración del capital

Esto se hace a través de cualquiera de las instituciones bancarias del país y los requisitos suelen variar dependiendo de la institución. Por lo general son las siguientes:

- Copias de CI y papel de votación de los socios
- Carta de los socios donde afirman participar en la constitución de la compañía
- Poseer un capital de mínimo \$400

Una vez presentado estos requisitos la entidad bancaria debe otorgarle la certificación de

integración de capital.

4) Escritura Pública

Acercar ante cualquier notaría pública para elevar la escritura pública de la compañía, para esto, se debe llevar la documentación correspondiente a la denominación de la empresa, los estatutos y el certificado de integración de capital.

5) Aprobación de la escritura pública

Se debe asistir a la SUPER DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS, para que haga la revisión de la escritura pública y apruebe la misma mediante resolución.

6) Publicación en la prensa

Una vez que se tiene la documentación y legalidad de la compañía, además de la aprobación por el ente regulador que es la SUPERCIAS, se procede a entregar 4 copias de la resolución y una resolución de esta para la publicación en cualquiera de los medios de prensa.

7) Permisos Municipales

Asistir al GAD municipal en este caso al GAD de Santa Ana, aquí debe realizarse las siguientes actividades:

- Pagar Patente Municipal
- Pedir la certificación de cumplimiento de obligaciones

8) Inscribir la Compañía

Inscribir la compañía en el Registro Mercantil en el cantón donde es constituida la empresa.

9) Realizar Junta de accionista

Esta junta de socios decidirá quienes serán los representantes de la empresa como el presidente de la junta general de accionistas o el gerente, la realización de esta reunión se realiza para definir dichas responsabilidades.

10) Obtener RUC

Este proceso se realiza en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y se requieren los siguientes aspectos:

- Escritura Pública de la empresa (copia y original)
- Original y copia de nombramientos
- Copia de CI y votación de los socios
- Carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

11) Obtener carta de Banco

La SUPERCÍAS entrega una carta dirigida a la institución bancaria donde se abrió la cuenta, de esta manera se podrá disponer del valor depositado.

La realización de este proceso incluye una serie de gastos que deben realizarse antes de iniciar el negocio, a continuación, se detalla dichos gastos:

Tabla 8. Registro de marca

REGISTRO DE MARCA A TRAVES DEL SENADI	
Detalle	Valor
Búsqueda general del signo distintivo	\$18
Informe de búsqueda especial	\$4
Registro de Marca	\$210
Registro de lema comercial	\$210
TOTAL	\$442

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 9. Gastos Adecuación

GASTOS ADECUACIÓN	
Detalle	Valor
Línea telefónica	\$100
TOTAL	\$100

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 10. Gastos legales

GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	
Detalle	Valor
Capital de constitución	\$400
Servicios notariales	\$150
Permiso bomberos	\$60
Permisos de funcionamiento GAD municipal	\$55
Patente Municipal	\$53
Publicación en medio de prensa	\$40
Gastos de adecuación	\$100
Registro Marca	\$442
TOTAL	\$1300

Elaborado por: Jorge Macías

CAPÍTULO VI

6. Estudio económico financiero

6.1 Costo unitario de producción

Para el cálculo del costo unitario de producción se debe considerar 3 factores principales el costo de la materia prima, la mano de obra y los CIF que incluyen los gastos de operación y administrativos. Cabe destacar que la producción es para 10.000 unidades al mes, a continuación, se detallan dichos valores.

Tabla 11. Tabla de Materia Prima

MATERIA PRIMA				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
	estimada			
Fruta de Arazá	5000 kg	\$	1,90	\$ 950,00
Jengibre	500 kg	\$	7,00	\$ 350,00
Endulzantes (Azúcar)	2000 kg (20 quintales)	\$	29,50	\$ 590,00
Leche	4000 litros	\$	0,52	\$ 2.080,00
Preservante natural (Sorbato de potasio)	100 kg	\$	7,80	\$ 780,00
Preservante natural (ácido nítrico)	100 kg	\$	3,50	\$ 350,00
Estabilizador	100 kg	\$	9,50	\$ 950,00
TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 6.050,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 12. Mano de Obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
Personal Operativo	Cantidad de personal por área		Sueldo mensual	Total
Personal de lavado y extracción	2	\$	425,00	\$ 850,00
Personal de Pasteurizado	2	\$	425,00	\$ 850,00
Personal de envasado y etiquetado	2	\$	425,00	\$ 850,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				\$ 2.550,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 13. CIF

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Personal Administrativo	Cantidad de personal por área		Sueldo mensual	Total
Gerente General	1		\$800,00	\$800,00
Secretaria	1		\$450,00	\$450,00
Contador	1		\$600,00	\$600,00
Asistente Contable	1		\$450,00	\$450,00
Jefe de RRHH	1		\$600,00	\$600,00
Asistente administrativo	2		\$500,00	\$1.000,00
Jefe de Mercadotecnia	1		\$550,00	\$550,00
Encargada de la atención al cliente	1		\$450,00	\$450,00
Jefe de Bodega	1		\$500,00	\$500,00

Operario de Bodega	2	\$425,00	\$850,00
TOTAL GASTO			\$6.250,00

ADMINISTRATIVO

Materiales Indirectos	Cantidad	Precio Uni.	Total
Cartones y cajas	2000	\$ 0,03	\$ 60,00
Etiquetas	10000	\$0,01	\$ 100,00
Servicios		\$400,00	\$ 400,00

básicos(aproximado)

Botellas de plástico biodegradable	10000	\$0,02	\$ 240,00
Servicios		\$250,00	\$ 250,00

Transporte(aproximado)

TOTAL MATERIALES INDIRECTOS			\$ 1.050,00
TOTAL CIF			\$7.300,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 14. Costos Unitarios

COSTOS UNITARIOS	
MATERIA PRIMA	\$ 6.050,00
MANO DE OBRA	\$2.550,00
CIF	\$7.300,00
TOTAL	\$15.900,00

# DE UNIDADES PRODUCIDAS	10.000
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$1,59

Elaborado por: Jorge Macías

6.2 Estructura de costos y gastos

La estructura de costos y gastos se define de la siguiente manera:

ESTRUCTURA DE COSTOS	
MATERIA PRIMA-COSTOS VARIABLES	\$ 6.050,00
MANO DE OBRA- COSTOS VARIABLES	\$2.550,00
CIF- COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$7.300,00
TOTAL	\$15.900,00

Elaborado por: Jorge Macías

6.3 Proyección de ventas

Tabla 15. Proyección de Ventas a 5 años

PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS															
BEBIDAS A BASE DE ARAZÁ															
Unidades vendidas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Precio	Total de
													unidades vendidas	producto	Ventas
AÑO 2023	10000	10000	10000	10000	12000	12000	12000	12000	12000	14000	14000	14000	142000	\$ 1,75	\$ 248.500,00
AÑO 2024	14000	14000	14000	14000	14000	14000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	174000	\$ 1,75	\$ 304.500,00
AÑO 2025	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	16000	16000	16000	183000	\$ 1,75	\$ 320.250,00
AÑO 2026	16000	16000	16000	16000	16000	16000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	198000	\$ 1,80	\$ 356.400,00
AÑO 2027	17000	17000	18000	18000	18000	19000	19000	19000	20000	20000	20000	20000	225000	\$ 1,80	\$ 405.000,00
TOTAL VENTA 5 AÑOS															\$1.634.650,00

Elaborado por: Jorge Macías

6.4 Plan de Inversión

En esta parte se consideran los principales recursos que se necesitarán para el desarrollo del proyecto y cuánto va a costar dicha inversión.

La importancia de un plan de inversión radica en saber los requerimientos de infraestructura, maquinaria y equipos, permisos, materiales, mano de obra y otros gastos de inicialización, tal como se aprecia en los siguientes cuadros:

Tabla 16. Inversión activo Fijo

INVERSION DE ACTIVO FIJO	COSTO DE ACTIVOS
Tanque de mezclado	\$350
Cámara frigorífica	\$1100
Filtro	\$180
Tanques para la corrección	\$120
Caldera para generar vapor	\$6000
Equipo de determinación bacteriológico	\$300
Sistemas de enfriamiento	\$650
Envasadora	\$700
Tanque de enfriamiento	\$270
Etiquetadora	\$130
Bomba para suministrar agua	\$100
Equipos de computación	\$2320
Equipos de oficina	\$2300

TOTAL DE INVERSION AF	\$14.220,00
------------------------------	--------------------

Elaborado por: Jorge Macías

6.5 Detalle de los Activos Fijos

Aquí se detallan principalmente los valores de Equipos de Oficina y equipos de computación:

Tabla 17. Equipos de Oficina

Equipos de Oficina	Cantidad	Valor unitario	Total de activos
Sillones	5	\$90	\$450
Sillas	6	\$15	\$90
Escritorios	5	\$65	\$325
Repisas archivadoras	4	\$40	\$160
Aire acondicionado	3	\$400	\$1.200
Ventiladores	3	\$25	\$75
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			\$2.300,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 18. Equipos de Computación

Equipos de computación	Cantidad	Valor unitario	Total de activos
Computadoras	4	\$350	\$1.400
Impresoras	4	\$200	\$800
Teléfonos	4	\$40	\$120
TOTAL DE INVERSION AF			\$2.320,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 19. Inversión por constitución de la empresa

GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	
Detalle	Valor
Capital de constitución	\$400
Servicios notariales	\$150
Permiso bomberos	\$60
Permisos de funcionamiento GAD municipal	\$55
Patente Municipal	\$53
Publicación en medio de prensa	\$40
Gastos de adecuación	\$100
Registro Marca	\$442
TOTAL	\$1300

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 20. Inversión Operativa

INVERSIÓN OPERATIVA	
MATERIA PRIMA	\$ 6.050,00
MANO DE OBRA	\$2.550,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$7.300,00
TOTAL	\$15.900,00

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 21. Inversión Total del proyecto

TOTAL INVERSIÓN	
INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	\$ 14.220,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$1.300,00
INVERSIÓN OPERATIVA	\$15.900,00
TOTAL	\$31.420,00

Elaborado por: Jorge Macías

6.6 Líneas de financiamiento

Este proyecto se financiará mediante 2 líneas de financiamiento, financiamiento propio a través de los socios de la empresa que representan un 40% y un financiamiento en una institución financiera que representa el 60%.

Tabla 22. Financiamiento

Aportaciones de Socios (40%)	
Jorge Macías	\$ 4.189,33
Socio 2	\$ 4.189,33
Socio 3	\$ 4.189,33
Total inversión de socios	\$ 12.568,00
Financiamiento bancario (60%)	
Ban Ecuador	\$ 18.852,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 31.420,00

Elaborado por: Jorge Macías

A continuación, la amortización por el préstamo efectuado a Ban Ecuador:

Tabla 23. Amortización por financiamiento bancario en dólares

Periodo	Deuda Inicial	Tasa de Interés	Intereses	Amortización	Pago	Deuda Final
1	18852	10,21%	80,20	785,5	865,70	18066,50

2	18066,50	10,21%	76,86	785,5	862,36	17281,00
3	17281,00	10,21%	73,52	785,5	859,02	16495,50
4	16495,50	10,21%	70,17	785,5	855,67	15710,00
5	15710,00	10,21%	66,83	785,5	852,33	14924,50
6	14924,50	10,21%	63,49	785,5	848,99	14139,00
7	14139,00	10,21%	60,15	785,5	845,65	13353,50
8	13353,50	10,21%	56,81	785,5	842,31	12568,00
9	12568,00	10,21%	53,47	785,5	838,97	11782,50
10	11782,50	10,21%	50,12	785,5	835,62	10997,00
11	10997,00	10,21%	46,78	785,5	832,28	10211,50
12	10211,50	10,21%	43,44	785,5	828,94	9426,00
13	9426,00	10,21%	40,10	785,5	825,60	8640,50
14	8640,50	10,21%	36,76	785,5	822,26	7855,00
15	7855,00	10,21%	33,42	785,5	818,92	7069,50
16	7069,50	10,21%	30,07	785,5	815,57	6284,00
17	6284,00	10,21%	26,73	785,5	812,23	5498,50
18	5498,50	10,21%	23,39	785,5	808,89	4713,00
19	4713,00	10,21%	20,05	785,5	805,55	3927,50
20	3927,50	10,21%	16,71	785,5	802,21	3142,00
21	3142,00	10,21%	13,37	785,5	798,87	2356,50
22	2356,50	10,21%	10,02	785,5	795,52	1571,00
23	1571,00	10,21%	6,68	785,5	792,18	785,50
24	785,50	10,21%	3,34	785,5	788,84	0,00

Elaborado por: Jorge Macías

6.7 Flujo de caja proyectado (5 años)

El flujo de caja se encuentra expresado en dólares

Tabla 24. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

Conceptos	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Ingresos promedio					
Venta de bebidas de arazá	248500	304500	320250	356400	405000
Total de Ingresos	248500	304500	320250	356400	405000
Egresos					
Compras	80400	84420	88641	93073,05	97726,70
Sueldos	105600	110880	116424	122245,2	128357,46
Servicios Básicos	4800	5280	5808	6388,8	7027,68
Impuestos				23000	25000
Total Egresos	190800	200580	210873	244707,05	258111,84
Flujo de caja económico	57700	103920	109377	111692,95	146888,16
Financiamiento					
Préstamo					
Cuota	10167,85	9686,65			
Flujo de caja financiado	47532,15	94233,35	109377,00	111692,95	146888,16
SALDO FINAL	47532,15	94233,35	203610,35	315303,30	462191,46

Elaborado por: Jorge Macías

6.8 Estado de resultados proyectados (5 años)

El estado de resultados se encuentra proyectado desde el año 2023 al año 2027 al 31 de diciembre de cada año y esta expresado en dólares

Tabla 25. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 5 AÑOS

Ingresos Operacionales	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Venta de bebidas de arazá	248500	304500	320250	356400	405000
Total de Ventas	248500	304500	320250	356400	405000
Compras Netas	80400	84420	88641	93073,05	97726,7
Compra Mercadería	72600	76230	80041,5	84043,575	88245,75
Costos Indirectos	7800	8190	8599,5	9029,48	9480,95
Utilidad Bruta	168100	220080	231609	263326,95	307273,30
Gastos administrativos	105600	110880	116424	122245,2	128357,5
Gastos de Ventas	4200	4410	4630,5	4862,03	5105,13
Gastos Financieros				23000	25000
Utilidad neta	58300	104790	110554,5	113219,73	148810,71

Elaborado por: Jorge Macías

6.9 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

El estado financiero se encuentra proyectado desde el año 2023 al año 2027 al 31 de diciembre de cada año y esta expresado en dólares

Tabla 26. Estado Financiero Proyectado

	2023	2024	2025	2026	2027
<u>Activos</u>					
Activos Corrientes					
Caja	15000	16818	18499,8	20349,78	22384,758
Bancos	21000	23100	25410	27951	30746,1
Cuenta por cobrar clientes	18215,85	20037,44	22041,18	24245,30	26669,83
Inventario en Mercadería	19500	23400,21	25740,231	28314,2541	31145,6795
Total de Activos Corrientes	73715,85	83355,65	91691,21	100860,33	110946,36
Activos no corrientes	14220	17064	17917,2	18813,06	19753,71
Total de Activo	87935,85	100419,65	109608,41	119673,39	130700,08
<u>Pasivos</u>					
Pasivos corrientes					
Cuentas por pagar proveedores	6500	6825	7166,25	7524,56	7900,79
Cuentas por pagar Instituciones financieras	10167,85	9686,65			
Total de Pasivos corrientes	16667,85	16511,65	7166,25	7524,56	7900,79
Pasivos no corrientes					

Cuentas por pagar socios	12568	12568	6284	3142	1571
Total de pasivos corrientes	12568	12568	6284	3142	1571
Total de Pasivos	29235,85	29079,65	13450,25	10666,56	9471,79
Patrimonio					
Capital	400	400	400	400	400
Utilidad de Ejercicios anteriores		0	21996,16	35394,23	19936,53
Resultados					
Utilidad del ejercicio	58300	70940	73762	73212,60	100891,76
Total de Patrimonio	58700	71340	96158,16	109006,83	121228,286
Total Pasivo + Patrimonio	87935,85	100419,65	109608,41	119673,39	130700,08

Elaborado por: Jorge Macías

6.10 Evaluación financiera

6.10.1 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta de análisis financiero que utiliza los ingresos o gastos generados por la inversión para identificar una inversión y comprender si se incurrirá en una ganancia o pérdida durante la ejecución del proyecto de inversión. Para estimar el flujo del proyecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN(i) = \left\langle \frac{\text{Ingresos}}{(1+i)^n} \right\rangle - \left\langle \frac{\text{Egresos}}{(1+i)^n} \right\rangle - I$$

Donde:

I= Inversión inicial.

i= Tasa de interés

n= tiempo

Interpretación del VAN

- Si $VAN = 0$ el proyecto es indistinto para el inversor, es decir no generará alguna utilidad o pérdida al final del periodo.
- Si $VAN > 0$ el proyecto es atractivo o representa rentabilidad al inversionista.
- Si $VAN < 0$ el proyecto no es factible ni atractivo para el inversor.

Basado en el estudio financiero empleado se obtuvieron los siguientes datos.

- Inversión total del proyecto es igual a \$ 31,420 con un aporte de inversionistas del 60%
- La Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), es del 20%.
- Con una inflación promedio según datos del INEC, del 2,5% anual.

Se obtendrá la Tasa de Interés de Oportunidad con inflación.

$$TIO f = (TIO + f) + (TIO \times f)$$

$$TIO f = (0,20 + 0,025) + (0,20 \times 0,025) = 0,23$$

Tabla 27. Participación de Socios

CONCEPTO	PARTICIPACIÓN	Ti	Ti PONDERADO
Socios	40%	23%	9.2%
TOTAL			9.2%

Elaborado por: Jorge Macías

Tabla 28. Participación financiera de préstamo al Banco

CONCEPTO	PARTICIPACIÓN	Ti	Ti PONDERADO
Préstamos Bancarios	60%	10.21%	6.13%
TOTAL			6.13%
TOTAL DE TASA PONDERADA			15.33%

Elaborado por: Jorge Macías

Para el caso del préstamo a la institución financiera está estipulada su pago en los primeros dos años, mientras que para los socios es de hasta 4 años.

Tabla 29. Valor presente de los Flujos de Efectivo

Año	FLUJO NETO	FLUJO NETO (15.33%)
Año 1	\$47.532,15	\$40.245,47
Año 2	\$94.233,35	\$79.787,38
Año 3	\$203.610,35	\$172.396,88
Año 4	\$315.303,30	\$266.967,31
TOTAL		\$559.397,04

Elaborado por: Jorge Macías

VAN= - \$559.397,04- \$31.420,00

$$\text{VAN} = \$527.977,04$$

Con una producción y ventas constantes por año, con la aportación de los socios y el préstamo financiero obtenido e inflación, el VAN da como resultado \$527.977,04 con una tasa de interés ponderada del 15.33%. Se tiene un VAN >0 lo que significa que el presente proyecto si es viable financieramente y atractivo para el inversor a largo plazo.

6.10.2 TIR

Es un método de valoración de inversión definido como una tasa de descuento donde VAN es igual a 0, en otras palabras, la tasa de descuento es igual a la suma de los flujos descontados de la inversión inicial.

Fórmula:

$$TIR = \frac{\text{Beneficios} - \text{Costos}}{(1 + i)^n} = 0$$

La TIR se expresa en forma porcentual.

Cuando:

R se expresa en forma porcentual.

Cuando:

- TIR > TIO la inversión es rentable del punto de vista financiero.
- TIR = TIO la inversión resulta indiferente para el inversionista.
- TIR < TIO la inversión no es rentable.

El cálculo de la TIR se los realiza por el método de interpolación.

Formula:

$$TIR = i < + (i > - i <) \left(\frac{van i <}{van i < - van i >} \right)$$

A continuación, se presenta lo resultados de los flujos con una nueva tasa de interés.

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO NETO 14,32%	FLUJO NETO 30%	FLUJO NETO 40%
	\$-31.420,00	\$-31.420,00	\$-31.420,00	\$-31.420,00
1	\$47.532,15	\$40.725,55	\$33.272,51	\$28.519,29
2	\$94.233,35	\$80.739,14	\$65.963,35	\$56.540,01
3	\$203.610,35	\$174.453,35	\$142.527,25	\$122.166,21
4	\$315.303,30	\$270.151,87	\$220.712,31	\$189.181,98
5	\$462.191,46	\$396.005,64	\$323.534,02	\$277.314,88
TOTAL		\$930.655,55	\$754.589,43	\$642.302,37

Elaborado por: Jorge Macías

Aplicación de Fórmula

$$TIR = 0,30 + (0,40 - 0,30) \left(\frac{754.589,43}{754.589,43 - (642.302,37)} \right) = 97,20\%$$

El resultado de la Tasa Interna de Retorno es de 97,20%, es decir mayor a la tasa ponderada, por lo tanto, analizando este resultado desde el punto financiero, indica que el proyecto tiene un elevado nivel de rentabilidad.

6.10.3 Relación beneficio/costo (RBC)

Conoció como el índice de productividad, es la relación entre los beneficios devengados y los intereses (TIO) frente a los gastos incurridos, todos los cuales se descuentan a la tasa de interés de oportunidad (TIO). Este índice se utiliza para clasificar los proyectos en términos de su productividad, siendo el índice más alto el proyecto más productivo.

Fórmula:

$$RBC = \frac{VP \text{ Ingresos } (i)}{VP \text{ Egresos } (i)}$$

Cuando:

- $RBC > 1$ significa que el valor presente de los ingresos es mayor, que el valor presente de los egresos, por lo tanto, el VAN de todo el proyecto es positivo.
- $RBC = 1$ significa que el valor presente de los ingresos es igual al valor presente de los egresos, por lo tanto, el VAN del proyecto es igual a cero.
- $RBC < 1$ significa que el valor presente de los ingresos es menor al valor presente de los egresos, por lo tanto, el VAN del proyecto es negativo.

$$RBC = \frac{962.075,55}{31.420,00} = 30,61$$

El resultado de la relación beneficio – costo es de 30,61, esto quiere decir que el proyecto es viable y se recomienda invertir. En otras palabras, por cada dólar de inversión en 5 años se logrará obtener \$30,61. Por lo que el proyecto a largo plazo es atractivo y factible.

6.10.4 Razones financieras

Liquidez

Para el cálculo de la liquidez se necesita la siguiente fórmula

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Para este caso, se tomará en cuenta los datos del primer año del estado de situación financiera proyectado. (Véase en la **Tabla 26**)

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{73.715,85}{12.568} = 5,87$$

A través de este indicador financiero aplicado se denotó que el proyecto tiene la capacidad de hacerles frente a sus deudas financieras, puesto que por cada dólar de deuda la empresa puede cubrir casi 6 veces dichos valores solo con el uso de sus activos.

6.10.5 Endeudamiento

Para el cálculo del endeudamiento se necesita la siguiente fórmula

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Para este caso, se tomará en cuenta los datos del primer año del estado de situación financiera proyectado. (Véase en la Tabla 26)

$$\text{Endeudamiento} = \frac{29235,85}{87.935,85} = 33.25\%$$

Mediante el cálculo de este índice se evidenció el nivel de autonomía financiera del

proyecto dedicado a la producción y comercialización de bebidas de arazá, en este caso se refleja un 33.25%, lo que significa que 1 de cada 3 veces la empresa recurre al endeudamiento para cubrir sus costos y gastos o para su capital de trabajo.

6.10.6 Rentabilidad

Para el cálculo de la rentabilidad se necesita la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Rentabilidad\ Neta} = \frac{\mathbf{Utilidad\ Neta}}{\mathbf{Ventas}}$$

Para este caso, se tomará en cuenta los datos del primer año del estado de resultados proyectado. (Véase en la Tabla 25)

$$\mathbf{Rentabilidad\ Neta} = \frac{58.300}{248.500} = \mathbf{23.46\%}$$

A través de este indicador se conoció que, de la totalidad de las ventas del proyecto, se logró una utilidad mayor al 23%, siendo un aspecto positivo que refleja viabilidad.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones

Conforme al objetivo propuesto, se desarrolló una investigación documental necesaria para la realización de este proyecto y establecer su viabilidad, estudiando las bases teóricas y los antecedentes de diferentes proyectos de factibilidad, mismas que sirvieron para la finalización de este proyecto de factibilidad financiera.

Se desarrolló un estudio de mercado mediante encuestas a los consumidores del cantón Santa Ana, que permitió percibir el grado de aceptación de la bebida a base arazá “Exotic Fruits”, de esta manera se identificaron varias necesidades del mercado de bebidas y exigencias del mercado, así poder conocer los aspectos externos ante el desarrollo de este proyecto.

Se realizó un estudio técnico para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana, donde se planteó un bosquejo de trabajo, el diagrama de procedimientos para el proceso de producción, se identificaron los activos fijos necesarios para su funcionamiento y el listado de los principales proveedores para el proceso de producción.

Se desarrolló un estudio organizacional para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana, estableciendo las previsiones de RRHH, los gastos de constitución y la estructura funcional necesarios para el funcionamiento de este proyecto.

Mediante el estudio financiero aplicado se logró analizar la factibilidad económica de este negocio evidenciando una rentabilidad financiera estimada del proyecto de un 23% de ganancias netas sobre ventas solo en el primer año y el crecimiento económico proyectado se

eleva a través de los años, lo que indica que este proyecto reporta viabilidad y sostenibilidad a largo plazo, contribuyendo en la economía local de Santa Ana y generando un gran impacto económico-financiero que puede generar para la provincia de Manabí y el país de Ecuador.

8. Recomendaciones

Entre las recomendaciones que se pueden brindar para este proyecto, es que para su realización o puesta en marcha se tomen en cuenta los antecedentes de otros proyectos ya aplicados y se analicen que aspectos poder mejorar para su funcionamiento.

Un aspecto que hay que considerar es que el proyecto cumpla con las necesidades del cliente o consumidor evidenciadas tras el estudio de mercado desarrollado, a su vez se recomienda identificar nuevos productos provenientes del arazá, para que los consumidores puedan conocer acerca de la versatilidad y beneficios que tiene el arazá.

Tras la aplicación del estudio técnico y el estudio organizacional se propone que al momento de su realización se amplíen mediante los diferentes manuales de procedimientos los procesos a llevar a cabo para la producción de las bebidas a base de arazá.

Este proyecto se evidenció mostrar potencial y viabilidad por lo que se recomienda que se desarrolle a corto plazo, puesto que al ser una fruta poco conocida y ser pocos productos a base de esta en el mercado, es una oportunidad para generar un gran impacto nacional y despegar las ventas de manera abrupta, lo que es un aspecto que beneficiará a los fundadores de esta empresa.

9. Bibliografía

- Aguirre, E., & Sánchez, L. (2015). *Pan de negocios para la producción y comercialización de bebidas naturales, saludables y nutritivas a base de frutas tropicales a implementarse en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2011* [Universidad Politécnica Salesiana].
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1704/13/UPS-GT000164.pdf>
- Albuquerque, J. (2016). *Exportación de pulpa de arazá a Miami Estados Unidos en aporte al cambio de la matriz productiva período 2015* [Tesis, Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1252>
- Benavides, C., & González, A. (2017). *Plan de negocio de una empresa de elaboración y comercialización de pulpa de arazá orgánica en la ciudad de Quito* [Repositorio Universidad de las Américas]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1693>
- Constitución de la República del Ecuador, (2008).
- Gallardo, D. (2019). Diseño de una línea de producción para una bebida gasificada a base de Arazá. *Revista Virtual Universidad de Las Américas*, 48.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Censo Ecuador*.
- Intriago, M. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA DE ARAZÁ BAJO UN PROGRAMA ASOCIATIVO*. [Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6672>

Loor, A., & Reyes, M. (2018). *Proyecto De Desarrollo Sostenible Para La Preservación De Las Frutas No Tradicionales Del Oriente Ecuatoriano: Caso Arazá* [Tesis para Ingeniería, Escuela Superior Politécnica del Litoral].

https://www.researchgate.net/publication/28792663_Proyecto_De_Development_Sustainable_For_The_Preservation_Of_Non-Traditional_Fruits_Of_The_Ecuadorian_Oriente_Case_Araza

Lopez, G., Mata, M., & Becerra, L. (2017). *Planificación de empresas* (Editorial Universo Sur, Ed.; 1 era Edición).

Ministerio de Salud del Ecuador. (2014). *Revolución de la salud*.

Morales, M. (2015). *APOYAR AL CAMBIO EN LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE ARAZA EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE QUITO UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015* [Repositorio Instituto Tecnológico Cordillera]. <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/handle/123456789/247>

National Institutes of Health. (2016). Datos sobre la Vitamina c. *Revista Institucional de Salud*.
ods.od.nih.gov

Prado, M. (2015). *IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PULPA DE ARAZÁ (EUGENIA STIPITATA) EN EL CANTÓN LIMÓN INDANZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO CON LA FINALIDAD DE GENERAR FUENTES DE EMPLEO* [Repositorio Universidad Técnica de Ambato].
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/5438>

- Reyes, C. (2020). *Viabilidad del arazá (Eugenia stipitata) como fuente de compuestos beneficiosos para la salud, efecto de distintos métodos de procesamiento en su calidad nutricional* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata].
<https://doi.org/https://doi.org/10.35537/10915/94884>
- Tenorio, R. (2020). ZUMO A BASE DE ARAZÁ: ZORAZÁ. *Revista de La Universidad San Ignacio de Loyola, Vol. 1(1)*.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/14c51450-7a18-4dea-9756-4a4ea4dc1c9f/content>
- Toledo, D. (2019). *Determinación del valor nutritivo y funcional de tres clones seleccionados de arazá seis de borojó y evaluación del proceso para la obtención de pulpas pasteurizadas y congeladas* [Tesis de Ingeniería, Escuela Politécnica Nacional].
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1682/1/CD-2608.pdf>

10. Anexos

Figura #1. Realización de trabajo de campo



Nota: Realizada en el cantón Santa Ana por el autor

Figura #2. Aplicación de encuestas



Nota: Realizada en el cantón Santa Ana por el autor

Figura #3. Aplicación de encuestas



Nota: Realizada en el cantón Santa Ana por el autor

Figura #4. Aplicación de encuestas



Nota: Realizada en el cantón Santa Ana por el autor

Figura #5. Aplicación de encuestas



Nota: Realizada en el cantón Santa Ana por el autor

Formato de la encuesta aplicada

Encuesta para determinar la factibilidad en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebida natural de origen manabita a base de arazá a ubicarse en el cantón Santa Ana.

¿Género del encuestado?Masculino Femenino **¿Edad del encuestado?**Entre 18 a 25 años Entre 26 a 35 años Entre 36 a 50 años Mayor a 50 años **¿Realiza usted alguna actividad laboral?**Sí No

¿Dónde realiza normalmente sus compras, específicamente en lo que se refiere a jugos o bebidas?

Súper mercados Tiendas de barrio Mercados locales

¿ Cuáles de las siguientes características influyen en su decisión al momento de adquirir una bebida natural a base de frutas?

Calidad Precio Presentación Nutrientes
 Publicidad Marca

¿Qué tipo de bebida consume con más frecuencia?

Gaseosas Naturales Energizante Café

¿Conoce usted la fruta Arazá?

Sí No

¿Estaría dispuesto a comprar una bebida natural hecha a base de Arazá sabiendo que es elaborada por una empresa oriunda del cantón Santa Ana?

Sí No

¿Qué medio cree usted que sería el adecuado para que una empresa productora y comercializadora de la bebida a base de arazá pueda dar a conocer los beneficios y atributos de su producto?

Redes sociales Televisión Radio Publicidades físicas

¿Qué tipo de envase le gustaría para el consumo de bebidas naturales?

Botellas de cristal Botellas de plástico biodegradables Latas
 Envases tetra pak

¿Qué cantidad de jugo cree que sería el adecuado para la comercialización de esta bebida a base de Arazá?

1 litro 750ml 500ml

¿Con que frecuencia consumiría esta bebida exótica a base de Arazá?

1 a 2 veces por semana

3 a 4 veces por semana

Más de 4 veces por semana

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una botella de 500ml de esta bebida exótica?

1 dólar

1,25 dólar a 1,50 dólar

1,50 a 2,00 dólar

Más de 2,00 dólar