



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE TITULACION PRESENTADO PARA OPTAR POR EL
TITULO DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONGELADOS DE
PULPA DE ARAZÁ EN ECUADOR Y SU POSIBLE EXPORTACIÓN
HACIA ESPAÑA.**

AUTORES:

PARRALES ARIAS JORDY ALEJANDRO

ROMERO RODRIGUEZ ROXANA JAZMIN

TUTOR:

ING. MARIO WILFRIDO MATA VILLAGÓMEZ, MBA

GUAYAQUIL, ABRIL DEL 2017



Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Producción y comercialización de congelados de pulpa de arazá en Ecuador y su posible exportación hacia España.

AUTOR/ES:

Parrales Arias Jordy Alejandro
Romero Rodríguez Roxana Jazmín

TUTOR:

Ing. Mario Wilfrido Mata Villagómez, MBA.

REVISORES:

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: Ciencias Administrativas

CARRERA: Ingeniería en Comercio Exterior

FECHA DE PUBLICACIÓN:

No. DE PÁGS: 77

ÁREAS TEMÁTICAS:

Comercio Exterior, Producción

PALABRAS CLAVE:

Arazá, Congelados, Emprendimiento, Exportación.

RESUMEN:

El proyecto está enfocado a producir y comercializar el congelado de la pulpa del arazá, las cualidades organolépticas y nutricionales que presenta el arazá la hacen buena opción para el empleo como materia prima en la elaboración de diferentes productos alimenticios entre ellos la pulpa congelada. Los territorios donde se producen las frutas exóticas en nuestro país no son considerados de gran importancia no se asignan los recursos ni los medios comerciales para fomentar la producción del mismo ya que no es común en el medio por tal motivo se realizó una investigación descriptiva tanto de los potenciales consumidores como del producto, mercado y los posibles futuros compradores en el exterior, utilizando métodos como encuestas y entrevistas. El producto resulto ser financieramente viable para emprender el proyecto con la aceptación del público, teniendo incluso potencial de exportación por la demanda de esta fruta exótica en el mercado español, teniendo en cuenta lo que se utilizara para el lanzamiento del producto como: logotipos, etiquetas, envases y sitios web los que serán utilizados como imagen publicitaria para impulsar las ventas de nuestro producto ya acabado. Como conclusión se puede demostrar que se trata de un proyecto rentable y viable para quien desea realizar un emprendimiento.

No. DE REGISTRO (en base de datos):

No. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

☒ SI

☐ NO

CONTACTO CON AUTOR/ES

Parrales Arias Jordy Alejandro
Romero Rodríguez Roxana Jazmín

Teléfono:

0981216377
0982096302

E-mail:

Jordparra21@gmail.com
Roxy2556@gmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Universidad de Guayaquil

Teléfono: 0984886566

Certificación de anti-plagio Urkund

Contenido CAPITULO I: 8.1. Descripción de la idea del negocio 8.1.1. Misión 8.1.2. Visión 8.1.3. Objetivos 8.1.3.1. Objetivo General 8.1.3.2. Objetivos Específicos 9.1.4. Descripción de las líneas de productos 9.1.4.1. Sistema de producción 10.1.4.2. Fertilización 10.1.4.3. Cosecha 11.1.5. Análisis FODA 13.1.5.1. FODA 13.1.5.2. Análisis, FO, FA, DO, DA, 14.1.6. DIAGRAMA DE PARETO 15.1.7. Análisis de la Empresa 15.1.8. Información histórica 16.1.9. Producto 17.1.10. Mercado 17.1.11. Clientes 18.1.12. Posición tecnología 18.1.13. Relaciones hacia arriba y abajo en los canales de distribución 19.1.14. Mi canal de distribución para mi principal proveedor será: 19.1.15. Recursos operativos 19.1.16. Factores clave del éxito 20 CAPITULO II 21.2. Plan de marketing 21.2.1. Análisis del entorno 21.2.1.1. Factores indirectos 21.2.1.1.1. Entorno económico 21.2.1.1.2. Inflación de costes 21.2.1.1.3. Inflación de demanda 22.2.1.1.4. Fases del ciclo económico 22.2.1.1.5. Factor sociológico 23.2.1.1.6. Factores demográficos 23.2.1.1.7. Factores tecnológicos 24.2.1.1.8. Actores ecológicos 24.2.1.1.9. Factores legales 24.2.1.2. Factores directos 25.2.1.2.1. Proveedores 25.2.1.2.2. Clientes 26.2.1.2.2.1. Segmentación geográfica 26.2.1.2.2.2. Segmentación demográfica 26.2.1.2.2.3. Segmentación psicográfica 27.2.1.2.3. Competencia 27.2.1.2.4. Estrategia de marketing 27.2.1.2.4.1. Plaza 27.2.1.2.4.2. Precio y volumen de venta 28.2.1.2.4.3. Fijación de precio 29.2.1.2.5. Método precio referencial 29.2.1.2.6. Método precio tradicional financiero 29.2.1.2.7. Logo 30.2.1.2.8. Empaque y embalaje 30.2.1.2.9. Ubicación de la empresa ARAZONTY S.A. 31.2.1.2.10. Diseño de plano de nuestra empresa ARAZONTY S.A. 32.2.1.2.11. Promociones 32.2.1.2.12. Fuerza de venta 32 CAPITULO III 33.3. Plan de Administración 33.3.1. Organigrama de ARAZONTY S.A. 33.3.1.1. Descripción de las funciones 33.3.3.1.1. Cargos y responsabilidades, actitudes y habilidades en función del proyecto. 33.3.1.1.1. Gerente General: 33.3.1.1.2. Contador General: 35.3.1.1.3. Secretaria 37.3.1.1.4. Vendedor 37.3.1.1.5. EMPLEADO: 38.3.2. Tramitación administrativa 40.3.3. Permiso de funcionamiento 41.3.4. Permiso de cuerpo de bomberos 41.3.5. Permisos ambientales 41.3.6. Permiso registro sanitario 41.3.7. Registro de marca 42 CAPITULO IV 42.4. Plan de producción 42.4.1. Costo de materias primas e insumos 42.4.1.1. Costo de materia prima. 42.4.1.2. Costo de

ING. MARIO WILFRIDO MATA VILLAGÓMEZ, MBA

Registro Senescyt # 1006-13-86035148

Certificación del Tutor

Habiendo sido nombrado como tutor de tesis de grado como requisito para optar por título de Ingeniera en Comercio Exterior presentado por las egresadas:

Parrales Arias Jordy Alejandro con CI # 094109166-2

Romero Rodríguez Roxana Jazmín con CI # 092845004-8

Tema:

Producción y comercialización de congelados de pulpa de arazá en Ecuador y su posible exportación hacia España.

Certifico que: he revisado y aprobado en todas sus partes encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Mario Wilfrido Mata Villagómez, MBA

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Registro Senescyt # 1006-13-86035148

Declaración de autoría de Trabajo de titulación

Nosotros, Parrales Arias Jordy Alejandro con C.C.: 0941091662; y, Romero Rodríguez Roxana Jazmín con C.C.: 0928450048; declaramos que el proyecto denominado:

“Producción y comercialización de congelados de pulpa de arazá en Ecuador y su posible exportación hacia España.”

Se ha desarrollado de manera íntegra, respetando derechos intelectuales de las personas que han desarrollado conceptos mediante las citas en las cuales indican la autoría, y cuyos datos se detallan de manera más completa en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, autenticidad y alcance del presente proyecto.

Los autores:

Parrales Arias Jordy Alejandro

C.C.: 094109166-2

Romero Rodriguez Roxana Jazmin

C.C.: 092845004-8

Renuncia de derechos de autor

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de Parrales Arias Jordy Alejandro, con CI # 094109166-2 y Romero Rodríguez Roxana Jazmín, con CI # 092845004-8, cuyo tema es:

“Producción y comercialización de congelados de pulpa de arazá en Ecuador y su posible exportación hacia España.”

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Parrales Arias Jordy Alejandro

C.C.: 094109166-2

Romero Rodriguez Roxana Jazmin

C.C.: 092845004-8

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico principalmente a Dios todo poderoso, ya que por medio de la sabiduría y la paciencia que me brinda diariamente no hubiera logrado alcanzar este objetivo.

A mis padres, ya que han sido un pilar fundamental para poder culminar la carrera propuesta, ya que son mi apoyo incondicional tanto en lo personal como profesionalmente.

A mi familia, que de una u otra forma estuvieron dándome esa mano y ese aliento de no te des por vencido y que luche por mis objetivos.

A mis tíos Villalta Arias Raquel y Navarrete Astudillo Ángel por haberme inculcado los valores y principios en mi crecimiento en general y que ahora les retribuyo con este logro la paciencia que me supieron tener.

A mi Hermano que es todo para mí, por darme ese aliento de lucha y de superación en todos los aspectos presentados en el día a día.

A mis profesores que con sus metodologías de enseñanzas supieron transmitir sus conocimientos tanto teóricos como prácticos hacia mi persona.

Alejandro Parrales Arias

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado con todo mi amor al Dios todopoderoso quien supo guiarme por el buen camino y darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante cualquier problema o adversidad.

A mis Padres, hermano y familia quienes fueron un apoyo y ayuda en los momentos difíciles; gracias por la comprensión y amor que me han brindado y gracias por formarme con principios, valores, carácter y constancia para seguir con mis objetivos trazados.

Gracias a mi Esposo mi compañero de vida por sus consejos, comprensión, confianza y por su gran amor sobre todo brindarme tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

A mis guías de educación (profesores), que fueron educándome poco a poco con sus grandes conocimientos y todas aquellas palabras que han contribuido para el logro de mis objetivos.

A mi compañero de tesis Alejandro Parrales por el apoyo, paciencia, perseverancia y la comprensión dada, a mis compañeros de clases gracias por contribuir con palabras de aliento positivismo gracias a todos por pertenecer o ser parte de mi camino que se llama “VIDA”.

Romero Rodríguez Roxana Jazmín

Agradecimiento

Un agradecimiento en general a nuestras familias por apoyarnos siempre. Gracias.

A la Universidad de Guayaquil, la Facultad de Ciencias Administrativas y la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior por su arduo labor de sacar profesionales con autenticidad y carácter.

A nuestro tutor de tesis Ing. Mario Wilfrido Mata Villagómez, MBA que nos brindó su apoyo incondicional cada día para lograr nuestra meta.

A todos nuestros profesores por los conocimientos, experiencias y consejos compartidos.

A un corazón agradecido se le abre más de mil puertas hacia el Éxito. (Ing. Mario Wilfrido Mata Villagómez, MBA).

Resumen

El proyecto está enfocado a producir y comercializar el congelado de la pulpa del arazá, las cualidades organolépticas y nutricionales que presenta el arazá la hacen buena opción para el empleo como materia prima en la elaboración de diferentes productos alimenticios entre ellos la pulpa congelada. Los territorios donde se producen las frutas exóticas en nuestro país no son considerados de gran importancia no se asignan los recursos ni los medios comerciales para fomentar la producción del mismo ya que no es común en el medio por tal motivo se realizó una investigación descriptiva tanto de los potenciales consumidores como del producto, mercado y los posibles futuros compradores en el exterior, utilizando métodos como encuestas y entrevistas. El producto resulto ser financieramente viable para emprender el proyecto con la aceptación del público, teniendo incluso potencial de exportación por la demanda de esta fruta exótica en el mercado español, teniendo en cuenta lo que se utilizara para el lanzamiento del producto como: logotipos, etiquetas, envases y sitios web los que serán utilizados como imagen publicitaria para impulsar las ventas de nuestro producto ya acabado. Como conclusión se puede demostrar que se trata de un proyecto rentable y viable para quien desea realizar un emprendimiento.

Palabras Claves: Arazá, Congelados, Exportación, Emprendimiento.

Abstract

The project is focused on producing and marketing the freezing of the pulp of the arazá, the organoleptic and nutritional qualities presented by the arazá make it a good choice for the use as raw material in the elaboration of different food products including frozen pulp. The territories where the exotic fruits are produced in our country are not considered of great importance are not allocated the resources and the commercial means to promote the production of the same since it is not common in the environment for that reason a descriptive research was done both of Potential consumers such as the product, market and potential future buyers abroad, using methods such as surveys and interviews. The product turned out to be financially viable to undertake the project with the acceptance of the public, having even potential of export by the demand of this exotic fruit in the Spanish market, taking into account what would be used for the launch of the product as: logos, labels, Packaging and websites that will be used as an advertising image to boost sales of our finished product. In conclusion, it can be demonstrated that this is a profitable and viable project for those who want to carry out a venture.

Keywords: Aura, Frozen, Export, Entrepreneurship

Índice

Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología	II
Certificación de anti-plagio Urkund	III
Certificación del Tutor	IV
Declaración de autoría de Trabajo de titulación	V
Renuncia de derechos de autor	VI
Dedicatoria	VII
Dedicatoria	VIII
Agradecimiento	IX
Resumen	X
Abstract	XI
Índice	XII
Índice de Figuras	XVII
Índice de Tabla	XVIII
Introducción	1
Capítulo I: Descripción de la idea del negocio	2
1.1 Misión	2
1.2 Visión	2
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 Descripción de las líneas de productos	3
1.5 Sistema de producción	4
1.6 Fertilización	5
1.7 Cosecha	5
1.8 Análisis FODA	6

1.8.1 FODA	6
1.8.2 Análisis, FO, FA, DO, DA.	8
1.9 Diagrama de Pareto	9
1.10 Análisis de la Empresa	10
1.11 Información histórica	10
1.12 Producto	11
1.13 Mercado.....	11
1.14 Clientes.....	12
1.15 Posición tecnología	12
1.16 Relaciones hacia arriba y abajo en los canales de distribución.....	13
1.17 Mi canal de distribución para mi principal proveedor será:.....	13
1.18 Recursos operativos.....	13
1.19 Factores clave del éxito	15
Capítulo II: Plan de marketing.....	16
2.1 Análisis del entorno.....	16
2.1.1 Factores indirectos.....	16
2.1.1.1 Entorno económico.....	16
2.1.1.2 Inflación de costes	16
2.1.1.3 Inflación de demanda.....	17
2.1.1.4 Fases del ciclo económico	17
2.1.1.5 Factor sociológico.....	18
2.1.1.6 Factores demográficos	18
2.1.1.7 Factores tecnológicos	19
2.1.1.8 Factores ecológicos.....	19
2.1.1.9 Factores legales.....	19
2.1.2 Factores directos.....	20
2.1.2.1 Proveedores	20

2.1.2.2 Clientes	22
2.1.2.3 Competencia	22
2.2 Estrategia de marketing.....	23
2.2.1 Plaza	23
2.2.2 Precio y volumen de venta	24
2.2.3 Fijación de precio	25
2.2.4 Método precio referencial	25
2.2.5 Método precio tradicional financiero	26
2.2.6 Logo	26
2.2.7 Empaque y embalaje	27
2.2.8 Ubicación de la empresa ARAZONTY S.A.	27
2.2.9 Diseño de plano de nuestra empresa ARAZONTY S.A.	28
2.2.10 Promociones	29
2.2.11 Fuerza de venta.....	29
2.3 Tipos e Instrumentos de Investigación.....	29
2.3.1 Instrumentos de Investigación.....	29
2.3.2 Investigación de Campo	30
2.3.3 Encuesta	31
2.3.3.1 Tabulaciones	32
2.3.3.2 Análisis de Encuestas en Guayaquil	35
Capítulo III: Plan de Administración.....	36
3.1 Organigrama de Arazonty S.A.	36
3.1.1 Descripción de las funciones	36
3.2 Tramitación administrativa	43
3.2.1 Permiso de funcionamiento	43
3.2.2 Permiso de cuerpo de bomberos	43
3.2.3 Permisos ambientales	43

3.2.4 Permiso registro sanitario	43
3.2.5 Registro de marca	44
Capítulo IV: Plan de producción.....	45
4.1 Costo de materias primas e insumos	45
4.1.1 Costo de materia prima.....	45
4.1.2 Costo de producción	45
4.1.3 Estudio técnico	45
Capítulo V: Análisis económico y financiero	47
5.1 Inversiones.....	47
5.2 Capital de Operaciones.....	49
5.3 Financiamiento	50
5.4 Análisis de costos	50
5.5 Gastos de administración.....	51
5.6 Gastos financieros.....	51
5.7 Costo unitario total	52
5.8 Ingresos y utilidades	53
5.9 Flujo neto de caja.....	54
5.10 Punto de equilibrio.....	55
5.11 Cronograma de inversiones	57
5.12 Evaluación del proyecto	58
Capítulo VI: Comercio exterior	62
6.1 Partida arancelaria del congelado de pulpa de arazá.....	62
6.2 Exportación a consumo anual	62
6.3 Estudio de mercado para la futura exportación hacia Madrid-España.....	63
6.3.1 Aceptación de nuestro producto	63
6.3.2 Canales de distribución.....	63
6.4 Documentos de control previo, soporte y acompañamiento para la exportación.....	64

6.4.1 Factura comercial	64
6.4.2 Conocimiento de embarque (B/L)	65
6.4.3 Conocimiento de embarque aéreo (GUIA AEREA)	65
6.4.4 Certificados sanitarios	66
6.4.5 Certificado de origen	66
6.4.6 Obtención del registro como exportador en la Senae	66
Conclusiones	67
Recomendaciones	68
Bibliografías.....	69
Apéndice	70

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Laboratorio de Verificación.....	5
<i>Figura 2</i> Proceso de Elaboración del Arazá	6
<i>Figura 3</i> Ciclo Operativo Básico de una Empresa	14
<i>Figura 4</i> Fases del Ciclo Económico.....	17
<i>Figura 5</i> Factores Demográficos	18
<i>Figura 6</i> Fijación de Precios.....	25
<i>Figura 7</i> Logo	26
<i>Figura 8</i> Empaque y Embalaje	27
<i>Figura 9</i> Ubicación de la Empresa	28
<i>Figura 10</i> Plano de distribución de la empresa	28
<i>Figura 11</i> Tabulación Pregunta 1	32
<i>Figura 12</i> Tabulación Pregunta 2	32
<i>Figura 13</i> Tabulación Pregunta 3	32
<i>Figura 14</i> Tabulación Pregunta 4	33
<i>Figura 15</i> Tabulación Pregunta 5	33
<i>Figura 16</i> Tabulación Pregunta 6	33
<i>Figura 17</i> Tabulación Pregunta 7	34
<i>Figura 18</i> Tabulación Pregunta 8	34
<i>Figura 19</i> Tabulación Pregunta 9	34
<i>Figura 20</i> Tabulación Pregunta 10	35
<i>Figura 21</i> Organigrama de Arazonty S.A.....	36
<i>Figura 22</i> Partida Arancelaria del producto	62

Índice de Tabla

Tabla 1 <i>Diagrama de Pareto</i>	9
Tabla 2 <i>Costo de materia prima</i>	45
Tabla 3 <i>Costo de producción</i>	45
Tabla 4 <i>Resumen de la inversión</i>	47
Tabla 5 <i>Inversión fija</i>	48
Tabla 6 <i>Capital de operaciones</i>	49
Tabla 7 <i>Costo de producción</i>	50
Tabla 8 <i>Costo total del producto por tonelada</i>	52
Tabla 9 <i>Costo total unitario del producto</i>	53
Tabla 10 <i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	54
Tabla 11 <i>Flujo de caja durante la vida útil</i>	55
Tabla 12 <i>Calculo del punto de equilibrio</i>	56
Tabla 13 <i>Punto equilibrio</i>	57
Tabla 14 <i>Calendario de inversiones</i>	57
Tabla 15 <i>Amortización del préstamo</i>	70
Tabla 16 <i>Terreno y Construcciones</i>	70
Tabla 17 <i>Maquinarias y equipos</i>	71
Tabla 18 <i>Otros activos</i>	72
Tabla 19 <i>Activos diferidos</i>	73
Tabla 20 <i>Muebles y equipos de oficina</i>	73
Tabla 21 <i>Materiales directos</i>	74
Tabla 22 <i>Mano de obra directa</i>	74
Tabla 23 <i>Carga fabril</i>	75
Tabla 24 <i>Gastos de administración y ventas</i>	76
Tabla 25 <i>Gastos financieros</i>	77
Tabla 26 <i>Ventas netas</i>	77

Introducción

Nuestro país Ecuador debido a sus amplios campos tropicales y su diversidad de frutos exóticos la cual son especialmente base de la dieta de todos los ecuatorianos. Recientemente han comenzado a surgir con éxito estos frutos exóticos, las compañías e industrias dedicadas a la explotación de los mismos han logrado tener un buen trabajo fortaleciendo el mercado local e internacional. Por tal motivo se realizara un plan de negocio para la producción y comercialización de congelados de pulpa de arazá.

Dado esto realizamos un plan de marketing en la cual para nuestro proyecto es favorable, ya que no existen muchas compañías que se dediquen a la comercialización del mismo y todos los factores directos como indirectos están aptos para poder continuar con nuestro estudio.

Por tal motivo nosotros vamos a constar con mano de obra calificada y con todos los permisos necesarios para que las personas puedan degustar de nuestros congelados a base de pulpa de arazá. Cabe indicar que este proyecto en la parte de la producción contaremos con proveedores altamente calificados y que posean sus productos 100% en buen estado, ya que el mismo debe tener un cuidado especial porque tienden a ser muy delicado.

Nuestro plan de inversión en la cual va a ser primordial para poder implementar nuestro negocio es de \$94.854.47 dólares y el desglose lo encontrara exhaustivamente detallado con todos los flujos establecidos para que sea viable nuestro proyecto.

Finalmente como visión en un futuro de nuestro plan se procedió a realizar una indagación internacional para la posible exportación de nuestro producto hacia el mercado Español.

Capítulo I: Descripción de la idea del negocio

Antes de ver qué quieres hacer, debes visualizar qué quieres lograr, esta técnica tradicionalmente es una técnica de grupo que requiere un flujo de pensamiento sin límites que vaya directamente del cerebro al papel.

Dejar fluir tu creatividad y un pensamiento cognitivo. Elegir nombres y hacer una lista de lo que desear emprender y se realiza la respectiva ponderación de todas las ideas dadas después de una elección de tantas opciones y se obtiene un resultado que va hacer la Idea del negocio.

1.1 Misión

Somos un grupo de emprendedores que deseamos obtener la máxima aceptación de nuestros productos dentro del mercado local y que sean importantes para la nutrición de nuestros consumidores.

1.2 Visión

Ser una Empresa líder en el mercado Ecuatoriano en la elaboración y comercialización con el fin de satisfacer las necesidades y Expectativa de los clientes procurando ofrecer un producto y servicio de calidad que nos permita llegar en forma eficiente a los supermercados y tiendas del país e internacionalmente.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio que permita la elaboración de congelados a base de pulpa de Arazá para ser consumidos por personas de toda edad en la provincia del guayas y verificar la existencia de una población insatisfecha para el consumo del mismo, medir el

mercado potencial para determinar las estrategias a utilizar para la comercialización de nuestro producto.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la necesidad de crear un plan de negocio de congelados de pulpa de Arazá para las personas de la ciudad de Guayaquil
- Realizar un estudio de cuan factible es dicho plan para Guayaquil y su posible exportación.
- Diseñar un programa de financiamiento tomando en consideración las necesidades y recursos económicos de las personas.
- Brindar una mejor calidad de producto y servicio a nuestros clientes.
- Impulsar productos exóticos de nuestra región, como es el arazá.
- Dar a conocer a las personas que este producto es muy nutritivo e ideal en una dieta y no contiene químicos.

1.4 Descripción de las líneas de productos

El nombre del proyecto es Frozen-Azá, producto que se encuentra elaborado a base de la pulpa del Arazá.

Tiene restringida difusión y cultivo, pero que cuenta con importantes cualidades nutricionales y una variedad de alternativas de producción.

Entre las cualidades nutricionales tenemos que contiene proteína, carbohidratos, fibras, nitrógeno, potasio, vitaminas (C y D) y sales minerales. Posee de 90 a 94% de agua y tiene un PH de 2.66 a 3.43 y 4 Brix.

La propagación del arazá se realiza por semilla sexual recolectada de árboles con buenas características de formación y producción obteniendo tasas de germinación hasta de un 90% cuando la siembra es inmediata debido a que rápidamente pierde viabilidad. Pero cuando el fruto se destina a la propagación, una vez cosechado puede guardarse hasta cinco días al medio ambiente, sin que la semilla pierda su poder germinativo. Las semillas retiradas de los frutos maduros son puestas en agua hasta por 10 días, luego se lavan y desinfectan, o también al ser extraídas se lavan con agua fría, frotándose a continuación con arena para quitarle la pulpa adherida, se sacan a la sombra durante 24 horas y se siembran de inmediato.

1.5 Sistema de producción

Dentro del sistema de producción reportada, el arazá se ha incluido en los siguientes arreglos:

- Cultivos en callejones: Arazá
- Líneas intercaladas
- Huertos caseros

Puesto que en los siguientes no interesa la maximización de un componente en particular, sino la optimización del agro ecosistema como un todo, el establecimiento del cultivo de arazá es más recomendable hacerlo mediante el sistema de huertos frutícolas, cultivos asociados, o policultivos, intercalándolo con especie de ciclo medio y largo, por ejemplo leguminosas arbóreas, maderables y de uso múltiple, chontaduro y frutales, entre otros. Y especies de ciclo corto con prácticas rotacionales.

1.6 Fertilización

Se recomienda la fertilización orgánica durante los 2 primeros años, a razón de 1kg/planta/año y a partir del tercer año una suplementación mineral que responda a las necesidades locales.

1.7 Cosecha

Aproximadamente a los 60 días después de la aparición de la flor, empieza la cosecha de frutos maduros, es decir cuando poseen peso y tamaño suficiente. Se recomienda efectuar la recolección de frutos dos o tres veces por semana, en un estado pintón casi maduro pues una vez separado de las plantas es poca la madurez adicional alcanzada.



FIGURA 1 LABORATORIO DE VERIFICACIÓN

FUENTE Y ELABORACIÓN: (CARIBECA)

Ciclos del proceso de elaboración

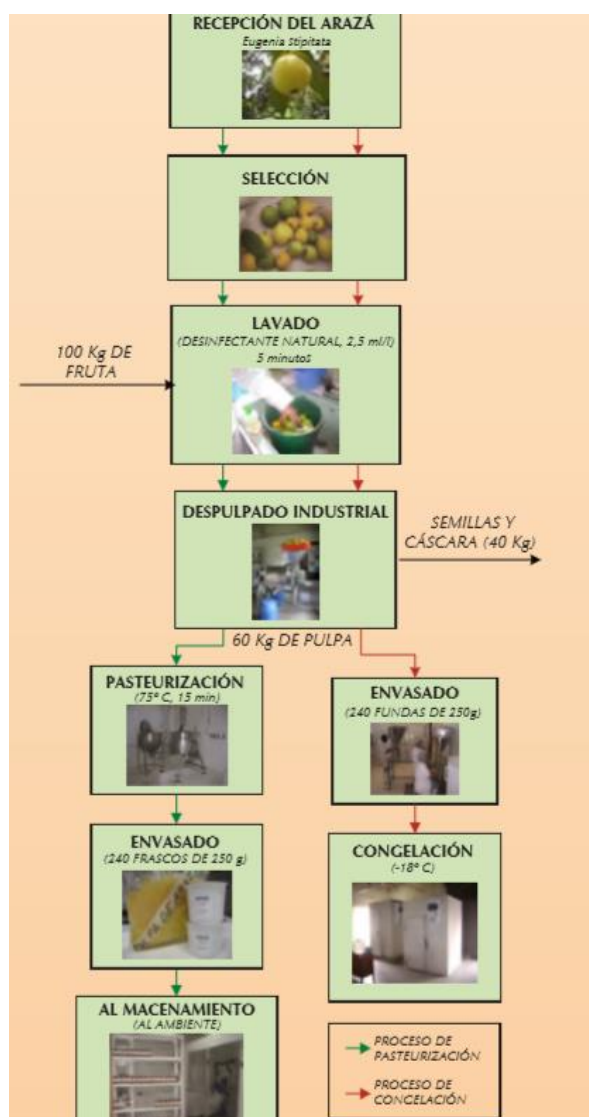


FIGURA 2 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL ARAZÁ

FUENTE: (EXABY, S.F.)

1.8 Análisis FODA

1.8.1 FODA

Fortaleza

1.- Buena estructura en el negocio.

- 2.- Productos elaborados con los más altos estándares de calidad.
- 3.- Personal capacitado.
- 4.- Presentación del producto innovador.
- 5.- Precios módicos para el alcance del cliente.
- 6.- Fruta natural y contiene grandes valores nutritivos.

Debilidades

- 1.- Inexperiencia en el negocio.
- 2.- Empresa no reconocida.
- 3.- Tamaño empresarial reducido.
- 4.- Falta de información del producto.
- 5.- Poca participación en el mercado.

Oportunidades

- 1.- Incremento de nuestra cartera de producto.
- 2.- Alianzas con supermercado y tiendas para la distribución del producto
- 3.- Campaña publicitaria para dar a conocer nuestros productos.
- 4.- Expandir sucursales
- 5.- Buscar mercado extranjero

Amenazas

- 1.- Leyes gubernamentales que afecten la producción o la exportación del producto.
- 2.- Imitación de nuestro producto.
- 3.- Factores ambientales que pueden repercutir en la cosecha de la materia prima.
- 4.- Tendencia en el mercado por conseguir los productos tradicionales

1.8.2 Análisis, FO, FA, DO, DA.

FO

Productos con los más altos estándares de calidad el cual se harían alianzas con los supermercados y tiendas. (F2, O2)

Expandir los grandes beneficios que contiene nuestra fruta mediante redes sociales y publicidades. (F6, O3)

FA

Tener precios cómodos para que el cliente pueda acceder a nuestro producto. (F5, A4)

Se utilizaría diversos tipos de presentación en el producto para que no existan imitaciones. (F4, A2)

DO

Mediante los usos de publicidad, redes sociales, correos electrónicos se dará a conocer nuestro producto y empresa. (D4, O3)

Realizar o construir alianzas con supermercados y tiendas para ganar espacio en el mercado. (D5, O2)

DA

Al tener inexperiencias del negocio las leyes gubernamentales pueden afectar nuestra productividad al exportar nuestro producto. (D1, A1)

Nuestra empresa se va a ver afectada al conseguir que los clientes puedan consumir un nuevo producto vs a los productos tradicionales. (D2, A4)

1.9 Diagrama de Pareto

En el análisis se determinó estas estrategias como las más importantes y en base a esto se elaboró el diagrama de Pareto con los siguientes resultados:

TABLA 1 DIAGRAMA DE PARETO

	Estrategias	#	Ponderación*Frecuencia	Total		Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
a	Crear alianzas con supermercados y tiendas a nivel nacional	3	30	c	40	26,67%	26,67%
b	Productos elaborados con los más altos estándares de calidad	2	20	a	30	20,00%	46,67%
c	Mediantes publicidades y redes sociales daremos a conocer nuestro producto	4	40	b	20	13,33%	60,00%
d	El producto de la fruta de Arazá contiene valores nutritivos y de origen orgánicos	2	20	d	20	13,33%	73,33%
e	Reducir costos de producción paulatinamente	2	20	e	20	13,33%	86,67%
f	Ofrecer un producto con un diseño atractivo y novedoso	2	20	f	20	13,33%	100,00%
		15	150			100,00%	

FUENTES: ELABORADO POR LOS AUTORES

1.10 Análisis de la Empresa

Para el desarrollo del proyecto se creó la empresa Arazonty S.A. dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de la fruta denominada Arazá. Siendo estos productos innovadores para la región Ecuatoriana debido a que en este país no existen empresas dedicadas a la elaboración de los mismos a base de esta fruta.

1.11 Información histórica

La fruta arazá es originario de la amazonia, el mismo representa una adaptación al clima tropical húmedo. Por lo general el arazá es un árbol que llega a medir hasta 3 metros, y el mismo llega a producir hasta 400kg de frutos en tiempos buenos.

El arazá se verde cuando esta inmaduro y amarillo cuando está maduro, por lo general el mismo llega a estar listo después de los 90 días de floración, es un buen fruto aromático y su cuerpo es carnudo y con sabor acido, pesando entre los ellos de 200 a 600 gramos y tienen comúnmente hasta 10 semillas por cada uno.

La planta tiene simultáneamente flores y frutos, aunque existen períodos de cosecha como son los meses de febrero, mayo, agosto y Noviembre. Se cultiva principalmente en el norte del país, en la provincia de Pichincha (Noroccidente y Sto. Domingo), también se la puede encontrar en provincias tropicales como en Los Ríos.

La fruta es muy susceptible a sufrir daños por la manipulación y transporte, especialmente cuando está madura, por lo que la cosecha se debe realizar cuando el fruto está casi verde (pintón), aproximadamente a los 82 días después de la floración.

El arazá en estado de proceso de madurez es más resistente a los golpes, para poder comercializar este producto se ven 3 aspectos muy importantes tamaño, color y forma.

También su sabor tiende a ser exigido por los consumidores ya que el mismo es una mezcla entre ácidos, los componentes propios del mismo y sus azúcares, en conclusión consiste en combinar gustos.

Para realizar el proceso de quitar la pulpa del arazá es fácil. Ya que la misma tiende a ser el 70% del peso del fruto en su estado natural, y su rendimiento como pulpa refinada es del 51 a 55%

1.12 Producto

Se trata de un producto 100% natural, es Fuente significativa de vitaminas, tiene Alto nivel nutritivo y contenido de fibra. Su fruto posee un aroma y sabor agradable, pudiendo ser consumido en forma de refresco, dulce, néctar, jalea, licor, yogurt, etc. En función del aroma, sabor y, principalmente del alto rendimiento en pulpa es ideal para componer jugos con otras frutas y es ideal para todo tipo de personas. El Arazá es una fruta de delicioso sabor y con grandes aplicaciones y beneficios para la industria, ya que contiene cualidades nutritivas medicinales y puede ser aprovechada en la industria de los jugos, pulpas, mermeladas, licores, aromas, entre otras. Es una fruta que con gran esfuerzo está ganando un reconocimiento, pero de la cual se necesita tener una producción sostenible y tecnificada para poder acceder a un mercado especializado. Actualmente se comercializa en el mercado local, mostrando una gran aceptación a pesar de estarla manejando de manera artesanal.

1.13 Mercado

En el mercado de productos de bebidas y lácteos en el Ecuador, los jugos, bebidas energizantes entre otros son productos que más consumo tiene, es así que se puede observar en los supermercados que el tamaño de la percha para los mismos es casi del mismo tamaño.

El mercado de jugos, yogurt, es un mercado maduro que en la última década ha sufrido cambios debido a las innovaciones que se han ido realizando en los productos, actualmente encontramos en el mercado de Guayaquil, según nuestra investigación, a Toni como líder del mercado de Yogurt seguido por Chivería y Alpina, y a Tesalia como líder del mercado de bebidas, también existen otras empresas como Kiosko, Ali Baba y Reyogurt que tienen presencia en el mercado pero que no son significativamente preferidos por el consumidor.

Por ende nuestro producto de congelados de pulpa de arazá va a ser muy llamativo para estas grandes empresas, ya que puede ser factible adquirir el mismo para realizar sus procesos de productos terminados como es una bebida o un yogurt con sabor a arazá.

1.14 Clientes

Nuestros productos van dirigidos hacia hombres, mujeres, niños de 4 años en adelante, hasta personas mayores de 60 años.

En la actualidad, con respecto a las personas que consumen este producto, lo hacen como parte de una dieta para el cuidado de la salud de lo cual tendríamos clientes potenciales

Por lo general el arazá no es muy conocido a nivel nacional, por tal motivo y basándonos a nuestro proyecto queremos hacer conocer esta fruta exótica y sus propiedades, con el fin de explotar al máximo los beneficios del mismo y como también poder hacerlo conocer en otros países.

1.15 Posición tecnología

Podemos pensar que lo esencial es una superación de las relaciones capitalistas de producción, cuando hoy y aquí las necesidades básicas insatisfechas son prioridad y de

carácter dramático. Podemos pensar que cualquier tecnología de producción es válida, lo cual quiere decir restar importancia al problema de la eficiencia y la productividad, cuando en la memoria de muchos de los protagonistas está su propia vida de trabajadores calificados y además tenemos la necesidad objetivo de no dilapidar el esfuerzo humano.

Lo vemos de un modo bien distinto. Creemos que hay que producir para quienes puedan comprar, pero también y ante todo, para corregir el sub-consumo de los clientes inferiores en la distribución del ingreso.

1.16 Relaciones hacia arriba y abajo en los canales de distribucion

Minorista

Tiendas

Supermercados

Mayorista

Supermaxi

Mi Comisariato

Megamaxi

Tía

Súper AKI

Coral

1.17 Mi canal de distribución para mi principal proveedor será:

Mi comisariato, Tía, Santa María, Coral.

1.18 Recursos operativos

Es la cantidad de tiempo desde el compromiso del efectivo (Flujo o parte de la Inversión) para la compra de la materia prima (arazá-fruta) hasta la cobranza del efectivo a

nuestros clientes, resultantes de la venta de nuestro producto y el servicio de despacho que realizaremos.

En las empresas una de las cuestiones más importantes es el ciclo operativo de la misma. Incluso en las empresas más pequeñas o con un menor desarrollo gerencial, es el aspecto más importante de toda la estructura organizativa.

Uno de los principales recursos operativos que utilizaremos sería outsorsing que nos brindarían sus servicios ya con el producto terminado para su previa exportación que en los siguientes puntos detallaremos los demás recursos que se utilizaran:

Aire acondicionado, fotocopidora, impresora, fax, escáner, teléfonos convencionales, laptops, computadoras, pizarra acrílica, marcadores, publicidades, mesas, archivador, internet, carpetas.

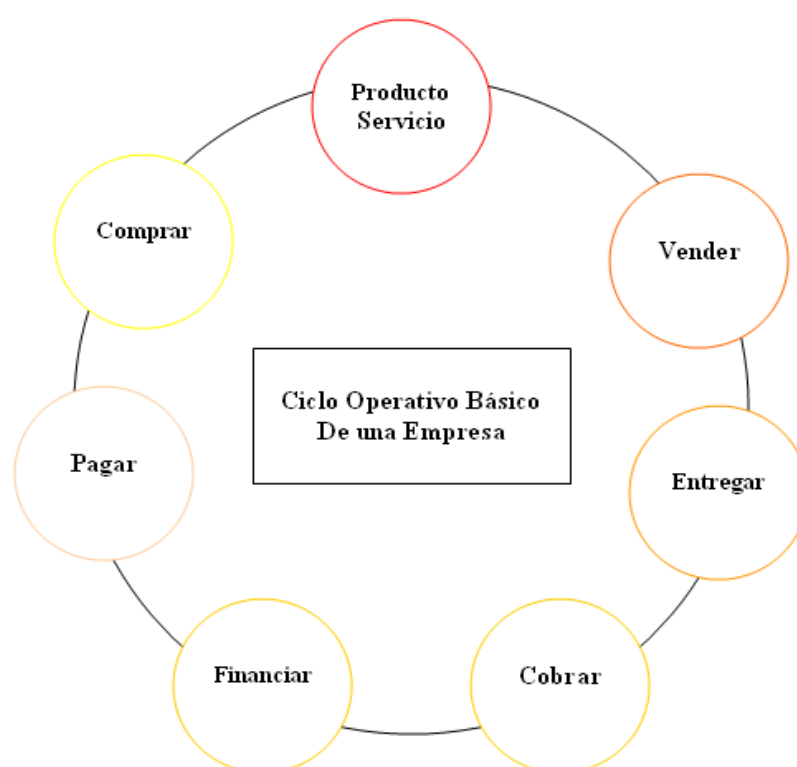


FIGURA 3 CICLO OPERATIVO BÁSICO DE UNA EMPRESA

FUENTE: (FINANBOLSA, S.F.)

1.19 Factores clave del éxito

Este producto se diferencia a los demás por su nivel nutritivo, tiene excelente sabor y aroma concentrado de arazá y también cuenta con la innovación de esta fruta ya que no se ha visto en el Ecuador una empresa dedicada a la elaboración de congelados en base a la pulpa del mismo; ya que nuestra futura empresa deleitara a nuestros consumidores con estos productos elaborados a base de pulpa de Arazá. Permite alinear el interés genuino del operario en ganar más, con el interés genuino de la empresa en trabajar mejor y de una manera más eficiente y competitiva. Mide y cuantifica la “gestión por indicadores”, esto transforma en dinero las decisiones.

Capítulo II: Plan de marketing

2.1 Análisis del entorno

2.1.1 Factores indirectos

2.1.1.1 Entorno económico

En la actualidad se han conocido empresas que elaboran y comercializan el congelado de la pulpa del arazá; como es de conocimiento público el alza de impuestos y las salvaguardias que tuvieron que ser aplicadas como un mecanismo para precautelar la balanza de pagos.

Y al referirnos de los impuestos hablamos del incremento que se dio del 2% más al IVA (impuesto del valor agregado) que sería igual al 14%

Analizamos el resultado directo de estas políticas que han sido el cierre de las fábricas y consecuentemente la disminución de plazas de trabajo

2.1.1.2 Inflación de costes

Recordando así que nuestro producto dependerá de políticas gubernamentales en temas laborales como incrementos de salarios, incrementos de costos en los canales de distribución, incremento en materia prima, no obstante se buscara mantener precio para la introducción del producto al mercado puesto que es una fruta no tan comercializada.

En base al instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), las bebidas naturales como también los alimentos registran un (0,1004%), y son los que han proporcionado mayor índice general de precios actualmente, se presenta la inflacionaria más significativa en junio del 2016 con el IPC (Índice del precio al consumidor) 0.5%.

2.1.1.3 Inflación de demanda

Mayor demanda de las frutas exóticas se ha incrementado en los últimos años. La búsqueda de nuevos sabores para satisfacer exquisitos paladares ha hecho que este tipo de frutas como el arazá sean utilizadas para hacer derivados de la misma como por ejemplo el congelado de pulpa para la elaboración de postres, jugos y batidos.

2.1.1.4 Fases del ciclo económico

El grafico que detallamos a continuación nos demuestra el ingreso al mercado, expansión y proyección en 5 años del producto a comercializarse que para esto ya se ha proyectado un incremento de demanda del producto.

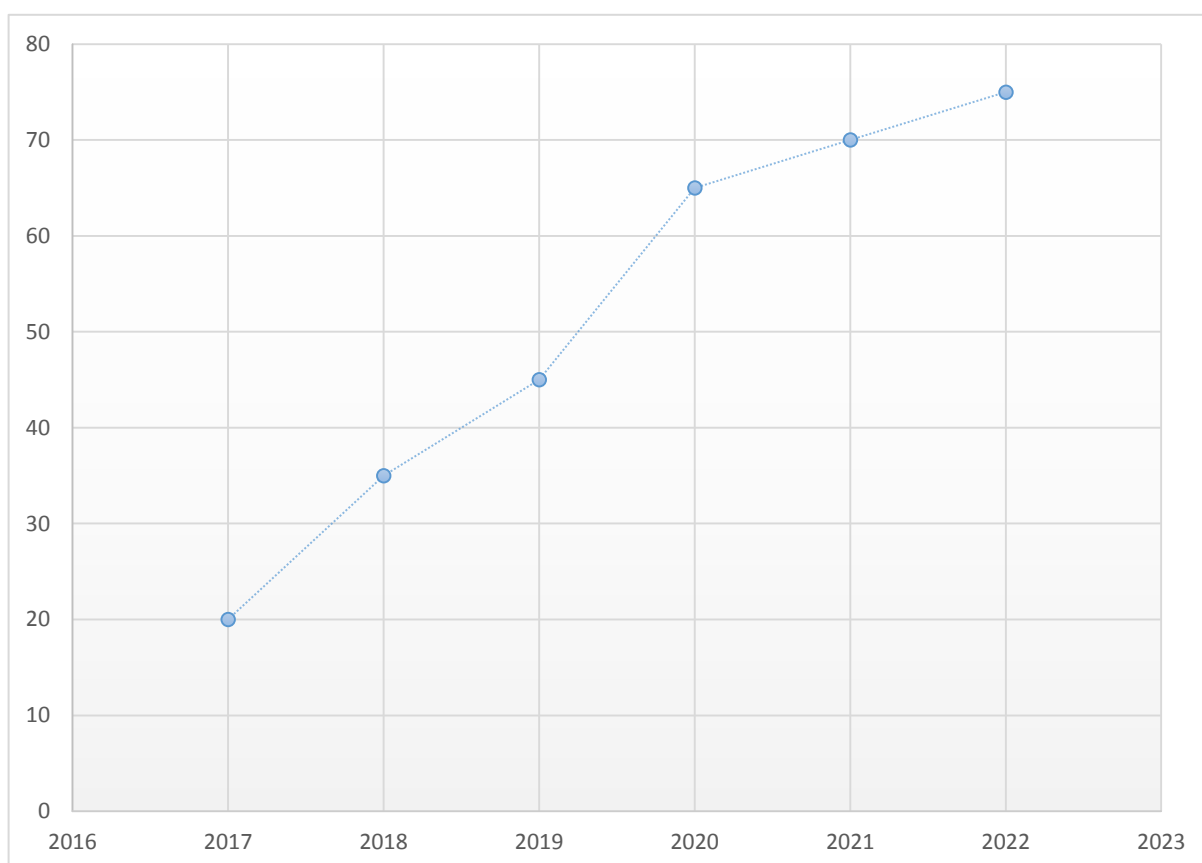


FIGURA 4 FASES DEL CICLO ECONÓMICO

Fuentes: **Elaborados por los autores**

2.1.1.5 Factor sociológico

El factor sociológico se dirige a los habitantes de diferentes clases sociales alta, mediana y baja, también están quienes desean cambiar su estilo de vida ver un nivel de percepción diferente, desean tener un nivel de superación muy elevado o solo desean completar su nivel académico ya que han llegado a una edad avanzada y necesitan de otros tipos de ingresos.

2.1.1.6 Factores demográficos

Futuros consumidores de la ciudad de Guayaquil teniendo un total de 2'350.915 habitantes, niños, jóvenes, solteros, casados, viudos, padres, adultos, educación prenatal, primaria, secundaria o superior según los resultados del último censo del año 2010.

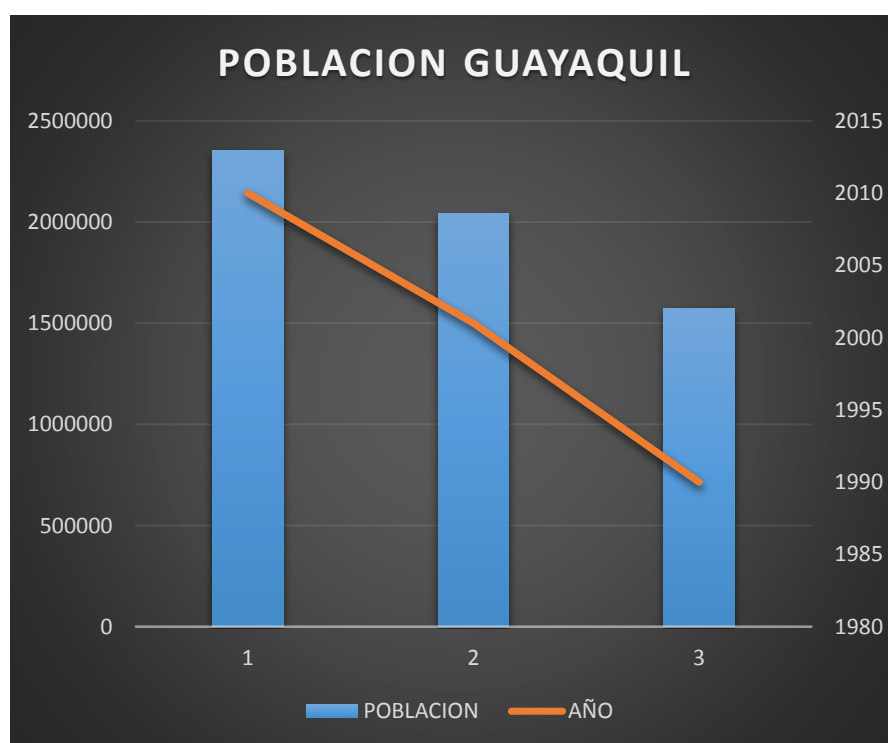


FIGURA 5 FACTORES DEMOGRÁFICOS

FUENTES: ELABORADOS POR LOS AUTORES

2.1.1.7 Factores tecnológicos

Para empezar se necesitara una infraestructura acondicionada con maquinarias de calidad para procesar el congelado ya que no se necesitaría de mucha tecnología.

- Frigorífico
- Balanzas
- Licuadoras Industriales
- Envolturas, Empaque
- Selladora de bolsa

2.1.1.8 Factores ecológicos

Contaminación conjuntamente con nuevas estrategias y procedimientos para lograr una adecuada utilización de los recursos de la empresa con el fin de evitar un desastre al medio ambiente y contribuir en la solución de problemas.

También se pueden dar estos factores cuando el clima no es adecuado para el cultivo del arazá, cuando ocurren daños en las vías impide el transporte para la distribución del producto o cuando se avecinan temblores o terremotos siendo causantes estos de daños y pérdidas.

2.1.1.9 Factores legales

Los trámites de constitución no toman mucho tiempo porque se está realizando una actividad de forma personal y los registros sanitarios toman 1 mes aproximadamente en la mayoría no son demorados.

Caso contrario que sea un trámite legal observado por alguna autoridad competente al momento de establecer la compañía.

2.1.2 Factores directos

2.1.2.1 Proveedores

Los siguientes nombres de las empresas serán de nuestros futuros proveedores el cual contaremos para ser posible la comercialización de congelado de la pulpa del arazá.

- **Romero kotre**

Contacto: Marcelo Romero

Dirección: Km 5,5 vía Amaguaña-Tambillo. Tambillo, Pichincha

Teléfonos: 593 2 233 1976 / 331 779 / 593 9 900 2278

Producto: Concentrado orgánico de arazá

E-mail: info@romerokotre.com

- **La delicia**

Contacto: Edwin Sánchez / Javier Pilamala

Dirección: Parroquia Madre Tierra, cantón Mera. Puyo, Pastaza

Alemania 550 y Vancouver. Quito, Pichincha (Bolsa Amazonía Ecuador)

Teléfonos: 593 9 762 3919/ 593 3 285 2853 / 593 9 473 1918 / 593 2 290 4815

Productos: Pulpa congelada de guayaba y arazá. Mermelada de guayaba y arazá Jalea de guayaba

E-mail: f.as@uio.satnet.net

- **Colonia agua santa**

Contacto: José Durán / Javier Pilamala

Dirección: Sevilla y Agua Santa. Puyo, Pastaza

Alemania 550 y Vancouver/Quito, Pichincha (Bolsa Amazonía Ecuador)

Teléfonos: 593 9 473 1918 / 593 2 290 4815

Productos: Arazá, guanábana

E-mail: f.as@uio.satnet.net (Bolsa Amazonia Ecuador)

- **Productores de gualaquiza**

Contacto: Luis Inga

Dirección: Av. Sixto Durán Ballén y Río Cenepa. Gualaquiza, Morona Santiago

Teléfono: 593 7 278 0284

Productos: Arazá fresca

E-mail: pramirez@gtz-gesoren.org.ec (GTZ)

- **Focao (Federación de Organizaciones Campesinas de Orellana)**

Contactos: Inés Cojitambo / Bolívar Riofrío

Dirección: Coca, Orellana

Teléfonos: 593 9 305 3041/ 593 6 288 0916

Productos: Arazá, borojó, cocona y guayaba en fresco

E-mail: ermus_7@yahoo.com

2.1.2.2 Clientes

Los clientes indirectos son los que se encuentran en el extranjero, ya que la compañía está en un proceso de un plan para desarrollar en un futuro exportaciones.

Los directos son la comunidad en general, así mismo pequeñas, medianas y grandes compañías que necesiten nuestro producto para su buen uso.

2.1.2.2.1 Segmentación geográfica

Basándonos a los 2'350.915 habitantes que tiene Guayaquil nos enfocamos a la parte sur, suroeste, centro y norte de la ciudad como también las zonas rural, suburbana y urbana creado para todo tipo de clima caluroso, frio, seco y lluvioso para toda clase social.

2.1.2.2.2 Segmentación demográfica

Para este segmento tenemos el consumo de toda clase de edad para género masculino y femenino personas solteras, casados, divorciados, con hijos, viudos, clases sociales alta, media, baja, con nivel de estudio primario, secundario, etc. con cualquier ocupación ya sea oficinista, asesora, instructor, profesionales de todo tipo de origen étnico.

2.1.2.2.3 Segmentación psicográfica

Esta segmentación para todo tipo de clientes ambicioso, seguro de sí mismo de cualquier estilo de vida, actividades del cliente y sus valores.

2.1.2.3 Competencia

En el Ecuador hay pocas empresas o industrias que se dediquen a la elaboración de los derivados de la fruta del ARAZÁ debido a que su cultivo son pequeños huertos; en otros

países existen estos tipos de empresas dedicadas a esta actividad como la elaboración de pulpas, mermeladas y jugos.

En el mercado ecuatoriano se comercializan las pulpas de diferentes frutas, estos poseen gran parte de la participación del mercado y no todos están presentes en los canales de venta. Los productos que ofrecen estos competidores como:

María Morena contiene 500g Pulpa de Frutilla, Naranja, tomate de Árbol, Mora, Piña, coco, Mango.

FrutaSi contiene 500g y 300g Pulpa de Mora, Frutilla, Tomate de árbol.

Pacose contiene 500g Pulpa de Tomate de árbol, Naranja, Frutilla, Mora, Coco.

Pulpa de fruta (Supermaxi) contiene 500g Pulpa de Mora, Frutilla, Frut (Maracuyá, tomate de árbol), Coco, Maracuyá, Guanábana.

Fruteiro contiene 500g Pulpa de Guanábana, Frutilla, Tomate de árbol, Mora, Naranja.

Jugofácil contiene 500g Pulpa de Naranja, frutilla, Coco, Tomate de árbol.

2.2 Estrategia de marketing

2.2.1 Plaza

Establecer contacto con instituciones públicas o privadas o contactar con locales comerciales que expendan nuestros productos.

Buscar intermediarios, contactar a un Bróker en el país de destino para realizar la distribución de nuestros productos.

2.2.2 Precio y volumen de venta

El precio es un instrumento a corto plazo: se puede actuar, dentro de unos límites, con rapidez y flexibilidad superiores a otros instrumentos. Además suele tener efectos inmediatos sobre las ventas y beneficios.

El precio es un poderoso instrumento competitivo además existen pocas regulaciones legales. Pero también puede ser peligroso, porque se puede llegar a “juego de suma cero” donde nadie sale ganando, por eso a veces ser menos competitivo en precio puede ser más rentable.

El precio es el único instrumento que proporciona ingresos, los demás instrumentos de marketing suponen un gasto, aunque contribuyen a que se venda el producto y se generen beneficios.

El precio tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor debe estar de acuerdo con el valor percibido por el consumidor para que este no sea rechazado o por creer que es de peor calidad, Sin embargo la sensibilidad al precio del consumidor puede variar.

Hay que tener en cuenta también que las reacciones del mercado ante alzas y bajas de precios no son siempre iguales.

El precio es una de muchas decisiones de compra la única información disponible en estas ocasiones es el indicador de prestigio y calidad.

Cabe indicar que para realizar alguna activada comercial tanto nacional como internacional, el factor precio es considerado el más importante por ende los negociadores realizan importantes pactos con el fin de no verse afectada ambas partes.

2.2.3 Fijación de precio

De acuerdo al costo de producción, materia prima, transporte se fijara el precio establecido para los consumidores y a su vez comparar vs. A la competencia para regirnos a un precio referencial como también guiarnos por los resultados obtenidos en las encuestas.



FIGURA 6 FIJACIÓN DE PRECIOS

FUENTE: (GESTIOPOLIS, S.F.)

2.2.4 Método precio referencial

Precios referenciales de la pulpa de frutas más comercializadas de la futura competencia:

- Fruteiro **\$1.31**
- Frozen-aza **\$1.00**
- María Morena **\$1.91**

2.2.5 Método precio tradicional financiero

Precios tradicionales financieros que tienen ciertas empresas que la producen:

Pulpa de Naranja	\$ 2.13
Pulpa de Guanábana	\$ 4.91
Pulpa de Mora	\$ 2.79
Pulpa de Frutilla	\$ 1.49
Pulpa de Naranja	\$ 1.61

2.2.6 Logo



FIGURA 7 LOGO

FUENTE: ELABORADO POR LOS AUTORES

2.2.7 Empaque y embalaje

El producto será empacado en funda de polietileno con una presentación de 100 gramos donde dará protección al producto para su debida distribución al mercado.



FIGURA 8 EMPAQUE Y EMBALAJE

FUENTE: ELABORADO POR LOS AUTORES

2.2.8 Ubicación de la empresa Arazonty S.A.

La empresa estará ubicada en el Km 3.5 Vía a Duran tambo
(Guayas-Guayaquil), referencia diagonal a la entrada de la Ciudadela Panorama.



FIGURA 9 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

FUENTE: (GOOGLE, S.F.)

2.2.9 Diseño de plano de nuestra empresa Arazonty S.A.

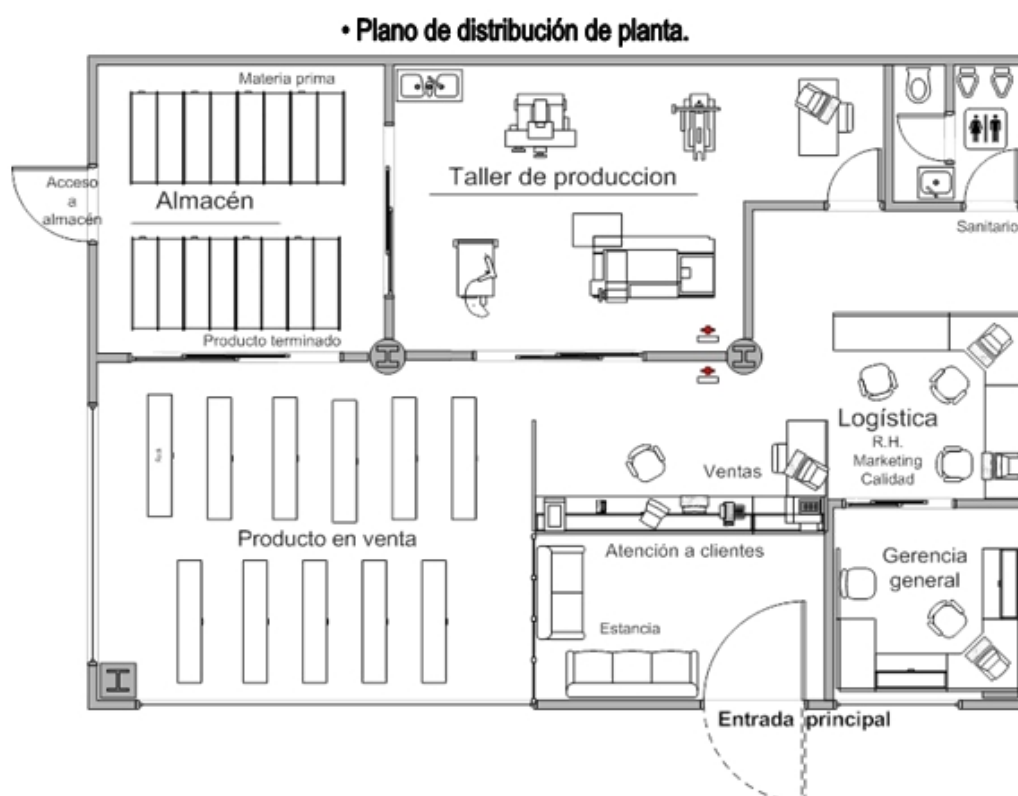


FIGURA 10 PLANO DE DISTRIBUCION DE LA EMPRESA

FUENTE: ELABORADO POR LOS AUTORES

2.2.10 Promociones

Utilizar los recursos y medio de comunicación, redes sociales, vallas publicitarias, volantes para dar a conocer las bondades de nuestro producto así tener buena acogida en mercado antes esto poder sobresalir frente a la competencia y ganar un buen % de clientes satisfechos.

2.2.11 Fuerza de venta

Es el término actualmente asignado para denominar a la red comercial. En ella confluyen 4 factores de enorme importancia para cualquier empresa de venta:

- Las ventas
- Los clientes
- Los empleados
- Los costes

2.3 Tipos e Instrumentos de Investigación

2.3.1 Instrumentos de Investigación

Mediante la simplificación de un documento bien detallado por medio de preguntas de respuestas coherentes, se realizarán pruebas a una parte de la población de la ciudad de Guayaquil.

En base a los resultados dados se establecerá si se puede vender o no el producto al público y a su vez sustentar esta investigación.

Existe un aproximado total de 2.781.641 millones de habitantes en la ciudad de Guayaquil según dato en el INEC, especificando que se consideran 4 miembros por familia, se tiene un total de 695.41mil familias en la ciudad.

Aplicando la fórmula de la población infinita considerando un margen de 5% de error en el desarrollo de las encuestas. Siendo un total de 196 personas a las que se debe encuestar para determinar la factibilidad y viabilidad del plan de negocio.

Significado de las siglas	Valores
p= Variabilidad positiva	p =0.50
q = Variabilidad negativa	q = (1-p)=0.50
e = margen de error	0.50
N= Tamaño de población	N= 695.41
Z= Nivel de Desconfianza	Z= 1.65

$$n = \frac{1,65^2 * 0,50 * 0,50 * 695.41}{0,50^2 (695.41 - 1) + (1,65^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = \frac{473,31}{1,736}$$

$$n = 195,855$$

2.3.2 Investigación de Campo

Se establece como estudio de la problemática, realizando un estudio en la ciudad de Guayaquil, que a diferencia con las demás ciudades del país, tiene mayor cantidad de influencia en el comercio y es la que tiene mayor población, dando a conocer un producto de consumo humano con el propósito de obtener la opinión de los habitantes de dicha ciudad y la implicación que tiene los factores que motivan a llevar adelante este plan de negocio, realizando encuestas para obtener datos más reales.

2.3.3 Encuesta

ENCUESTA SOBRE EL CONGELADO DE LA PULPA DEL ARAZÁ

Ud. conoce el congelado de la pulpa de la fruta del Arazá

- ☐ SI
- ☐ NO

Ud. ha consumido el congelado de la pulpa de Arazá

- ☐ SI
- ☐ NO

Le gustaría consumir el congelado de la pulpa del Arazá

- ☐ SI
- ☐ NO

Sabia Ud. que el congelado de la pulpa de Arazá tiene vitamina C

- ☐ SI
- ☐ NO

De gustarle a Ud. cuanto estaría dispuesto a consumir este producto en el mes

- ☐ 1 a 6 veces
- ☐ 7 a 12 veces

Cree Ud. que estaría bien la presentación del congelado de la pulpa de Arazá en:

- ☐ Fundas Polietileno
- ☐ Triple pack
- ☐ Tarrinas Plásticas

De cuantos gramos le gustaría la presentación del congelado de la pulpa del Arazá

- ☐ 100g
- ☐ 250g
- ☐ 500g

En qué tipo de tiendas le gustaría que comercialicemos el congelado de la pulpa del Arazá

- ☐ Tiendas
- ☐ Comisariatos
- ☐ Supermaxi

Cuanto estaría dispuesto a pagar por el consumo de este producto

- ☐ \$1 a \$3
- ☐ \$3 a \$6

Conoce de alguna empresa que comercialice este producto

- ☐ Si
- ☐ No

2.3.3.1 Tabulaciones

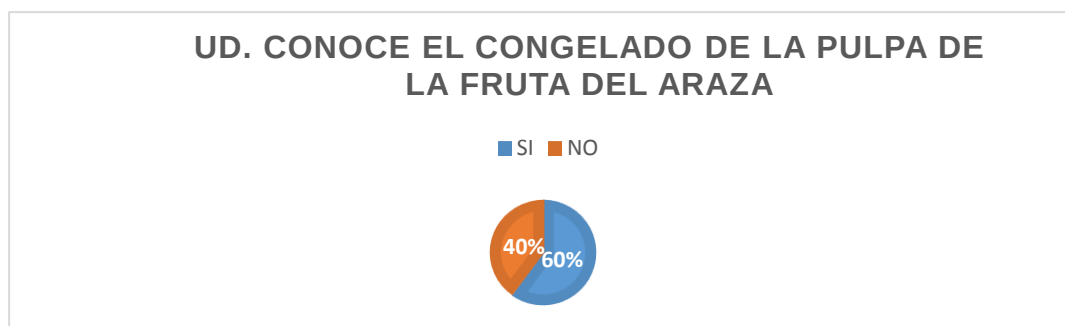


FIGURA 11 TABULACIÓN PREGUNTA 1

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores



FIGURA 12 TABULACIÓN PREGUNTA 2

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores



FIGURA 13 TABULACIÓN PREGUNTA 3

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

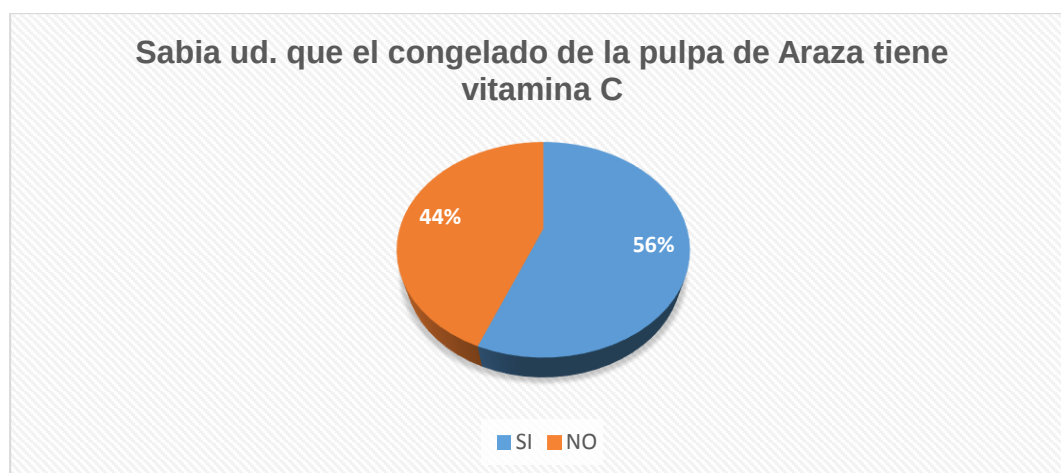


FIGURA 14 TABULACIÓN PREGUNTA 4

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

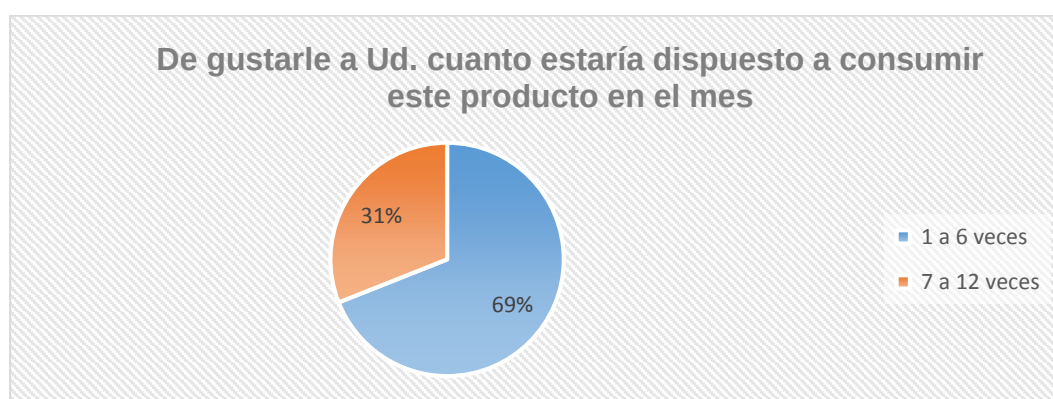


FIGURA 15 TABULACIÓN PREGUNTA 5

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

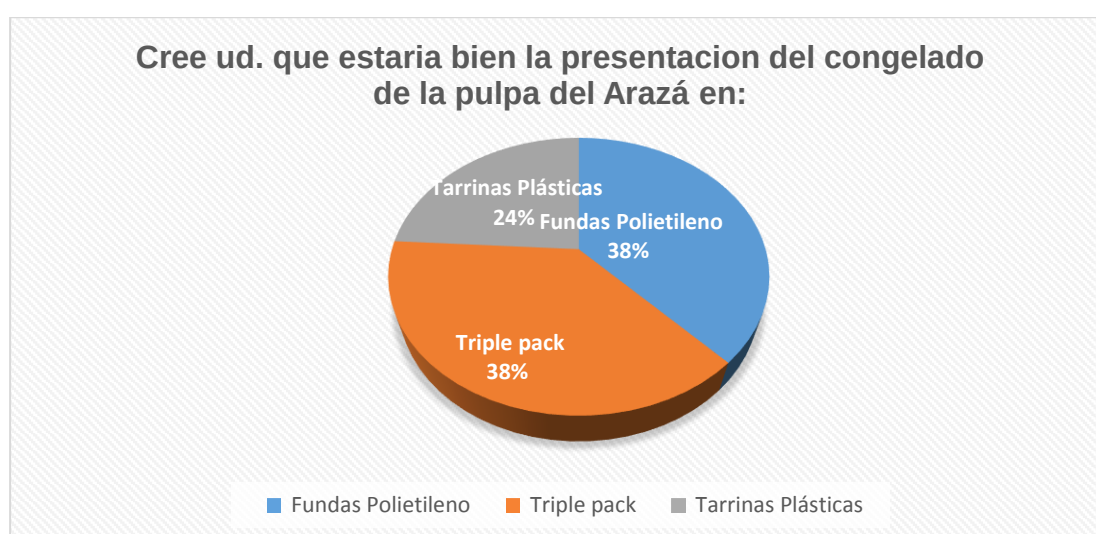


FIGURA 16 TABULACIÓN PREGUNTA 6

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

De cuantos gramos le gustaria la presentacion del congelado de la pulpa del Arazá

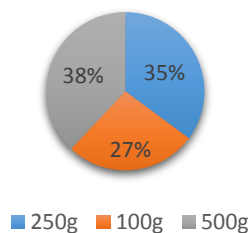


FIGURA 17 TABULACIÓN PREGUNTA 7

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

En que tipo de tiendas le gustaria que comercialicemos el congelado de la pulpa del Arazá

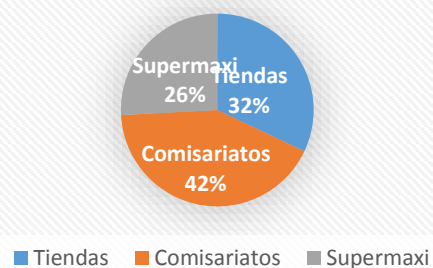


FIGURA 18 TABULACIÓN PREGUNTA 8

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO
27% \$3 A \$6 Y 73% \$1 A \$3

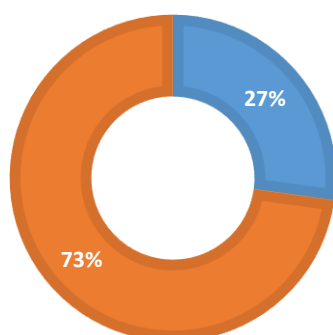


FIGURA 19 TABULACIÓN PREGUNTA 9

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

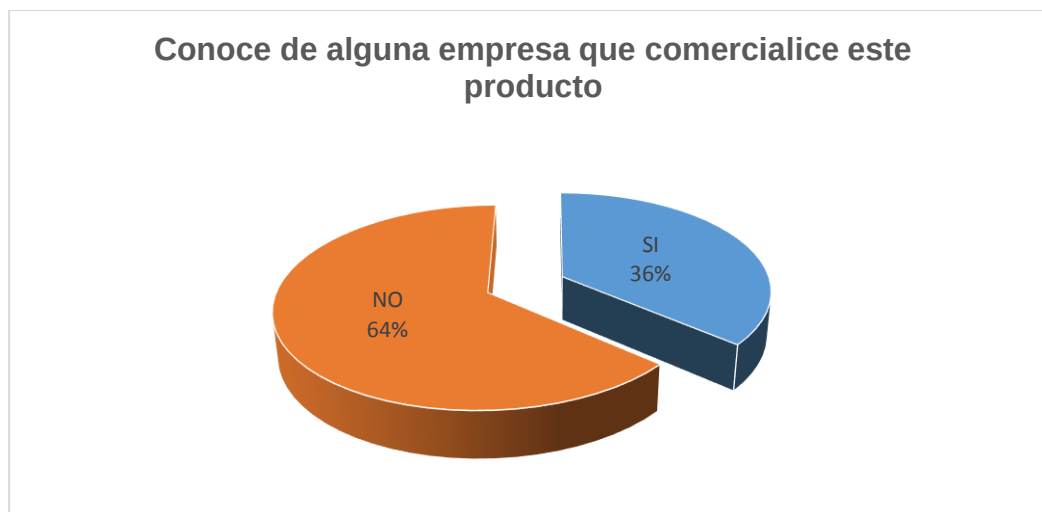


FIGURA 20 TABULACIÓN PREGUNTA 10

Fuente: Encuesta; Elaboración: Los Autores

2.3.3.2 Análisis de Encuestas en Guayaquil

Por medio de las encuestas ya finalizadas en Guayaquil se presentó que la demanda del público estaría dispuesto a adquirir nuestro producto con un 90%.

Un 73% de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar un valor de \$1 a \$3 dólares por la funda de 500g. Consiguiéndolo en los diferentes supermercados y tiendas.

Capítulo III: Plan de Administración

3.1 Organigrama de Arazonty S.A.

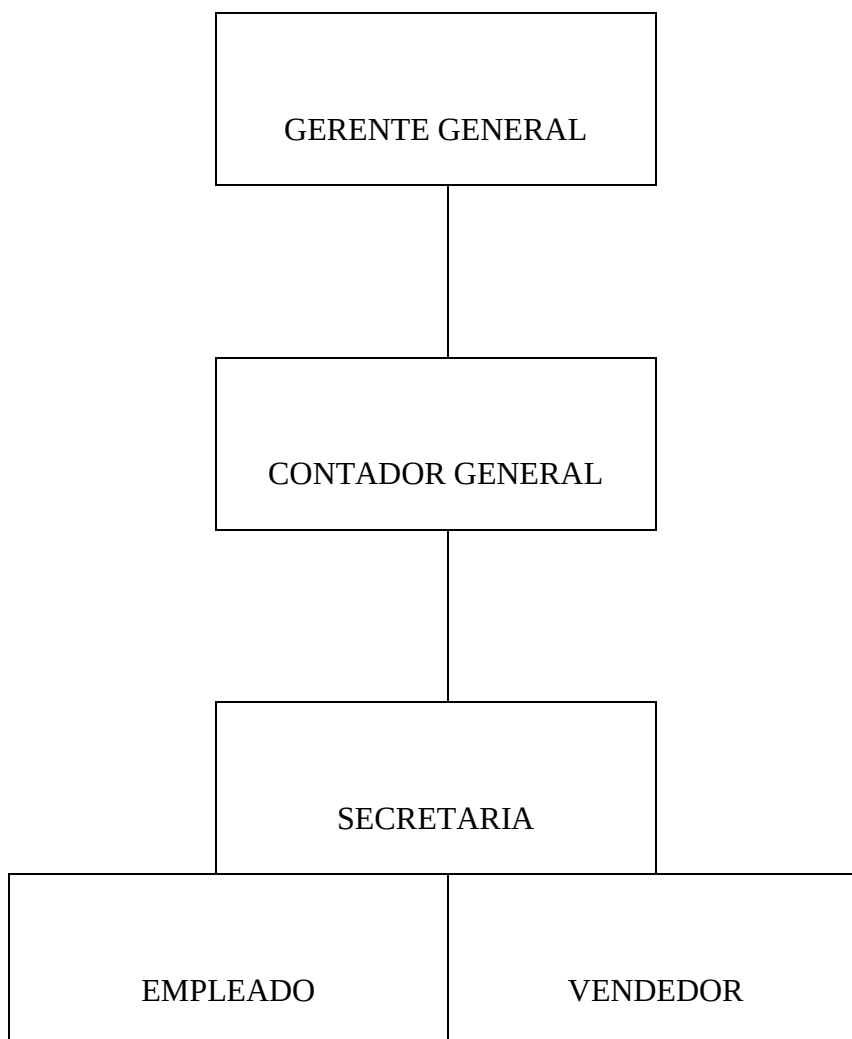


FIGURA 21 ORGANIGRAMA DE ARAZONTY S.A.

FUENTE: ELABORADO POR LOS AUTORES

3.1.1 Descripción de las funciones

3.1.1.1 Gerente General:

Cargo:

Título que indica que la persona se especializa en el área administrativa o supervisa tareas de dicha área.

Funciones

- Supervisa la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.
- Revisar los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, y otras asignaciones especiales.
- Aprobar y firmar el reporte de honorarios profesionales bajo la modalidad de horas-hombre y suma Global.
- Aprobar y firmar la emisión de cheques, notas de débito, entre otras, para la adquisición de bienes y servicios.
- Control de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar.
- Análisis de los Estados Financieros.
- Control de Ingresos y Egresos con el fin de administrar el Capital de Trabajo.
- Control de Contratos en ejecución en cuanto al inicio, finalización y cobro de los trabajos realizados.

Responsabilidades

- Velar por el respecto de las normas y leyes vigentes
- Tomar iniciativa en la aplicación así como también en su formulación del plan de negocios.

- Concretar parámetros generales en la administración.
- Estar al frente de las gestiones estratégicas.
- Seguimiento del manejo de las áreas que desempeñan los trabajadores.
- Dar conocimiento a los directivos de las cuentas y estados financieros de cómo va la compañía.
- Ser la persona principal que represente la compañía.
- Trabajar y cooperar con autoridades y reguladores del estado (contralorías y ministerios, etc).

3.1.1.2 Contador General:

Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.

Actividades regulares

- Analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la institución.
- Colaborar con la empresa en los aspectos relativos a sus funciones.

Requerimiento de capacidad y habilidades mentales

Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo es la capacidad numérica, de lenguaje y conocimientos contables, tributarios y financieros.

Funciones

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (Diario, mayor y inventarios).

- Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.

Responsabilidad

- Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación general.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área.
- Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente
- Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.

3.1.1.3 Secretaria

Funciones y responsabilidades de una secretaria

La secretaria es aquella que se encarga de recepcionar y detallar las correspondencias dadas por su superior, así como también otros oficios que sean necesarios, como también llevar la agenda de la compañía, llamadas y como también custodiar y ordenar los documentos.

Entre sus funciones también tenemos las siguientes:

- Facilidades de expresión verbal y escrito
- Dominio Básico del paquete de Office.

- Internet
- Proactiva

3.1.1.4 Vendedor

Funciones y responsabilidades de un vendedor

La función del vendedor en la actualidad es la de realizar un «conjunto de actividades» que le permitan lograr determinados objetivos:

- Retener a los clientes actuales
- Captar nuevos clientes
- Lograr determinados volúmenes de venta
- Mantener o mejorar la participación en el mercado
- Generar una determinada utilidad o beneficio

Los vendedores así como los gerentes de ventas, trabajan en conjunto, valorando siempre la función del vendedor, lo que les permite estar mejor preparados para enfocar sus actividades hacia el logro de objetivos trazados como meta para las empresa en que trabajan.

En el caso del vendedor de colchones debe estar trabajando de la mano con su jefe de marketing, de producción enterándose de las novedades y avances, de los nuevos productos, etc.

Responsabilidades de un Vendedor

El vendedor es una parte esencial en toda empresa forma parte de un equipo de marketing que conoce y asume los objetivos de su empresa.

La correcta realización de sus funciones permite al vendedor vender con beneficio, brindando un buen servicio al cliente, difundiendo la imagen de su empresa y la suya propia,

debe obtener la información adecuada del mercado y apoyar la publicidad y/o promociones de ventas que su empresa realiza.

El buen vendedor es conocedor del comportamiento interno de los clientes en el proceso de decisión de compra, lo que le permite incrementar sus posibilidades de éxito, debiendo aplicar técnicas más ajustadas y diferencias en función de las características propias.

3.1.1.5 Empleado

Responsabilidades de los empleados

El empleado debe saber que ocupación va a tener y cuáles serán sus tareas encomendadas, pero su jefe inmediato debe asegurarse que el mismo haya aprendido completamente los procesos del puesto, como también las políticas de la compañía.

Todo empleado debe colaborar en el crecimiento de la organización, recordemos que cuando crece la organización también se desarrolla el individuo y la nación.

Funciones

La responsabilidad que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.

Así pues, la administración de talento humano (personal) es el proceso administrativo aplicado al acrecentamiento y conservación del esfuerzo, las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades, etc., de los miembros de la organización, en beneficio de la persona, de la propia organización y del país en general.

3.2 Tramitación administrativa

Con la finalidad de dar confianza a nuestros clientes y proveedores de nuestras operaciones se necesitan realizar algunas formalidades que den garantía de nuestros productos y de la compañía.

3.2.1 Permiso de funcionamiento

Ya que inicialmente este es un proceso netamente artesanal, se procederá a realizar la obtención del RUA (REGRISTO UNICO ARTESANAL), por tal motivo este omite dicho permiso de funcionamiento así como otras formalidades.

Pero cabe indicar que después de obtener el permiso de registro sanitario se obtendrá dicho documento.

3.2.2 Permiso de cuerpo de bomberos

Cabe indicar que así mismo como el permiso de funcionamiento, este documento no es necesario por el momento en negocios con RUA, pero para asegurar completamente el mismo se lo obtendrá más adelante.

3.2.3 Permisos ambientales

Ya que este es un proceso comercial, no es necesario los permisos ambientales en sí, pero cabe indicar que nos basaremos en adoptar medidas similares para el bien de la compañía.

3.2.4 Permiso registro sanitario

Ya que este es un negocio que tiene RUA no es necesario obtener el permiso de registro sanitario enseguida para los productos para empezar, por tal motivo los procesos

pueden seguir con sus operaciones, mientras se transmite la obtención del mismo que mejora la competitividad.

Cabe indicar que este permiso sirve y certifica que los productos comercializados cumplen con las normas de calidad y se necesita para cuando la compañía quiera exportar hacia otros países, y el tiempo para su obtención es un mes.

3.2.5 Registro de marca

El registro de marca se lo obtiene en el IEPI (Instituto De Propiedad Intelectual), este mismo nos ayuda a registrar la marca y el logo de nuestro negocio ya que los mismo serán nuestros activos intangibles.

Ya que nuestro emprendimiento tiene el RUA, tenemos un beneficio del 50% de descuento para realizar este proceso de registro de marca y no es necesario contratar un abogado como tal para el mismo.

Capítulo IV: Plan de producción

4.1 Costo de materias primas e insumos

4.1.1 Costo de materia prima.

TABLA 2 *COSTO DE MATERIA PRIMA*

Materia Prima	Costo Anual
Arazá	\$35,000.00

FUENTES: ELABORADO POR LOS AUTORES

4.1.2 Costo de producción

TABLA 3 *COSTO DE PRODUCCIÓN*

Maquinarias y Equipos	\$ 4,500.00
Vehículo	\$12,000.00
Muebles de Oficina	\$ 650.00

Fuentes: **Elaborado por los autores**

4.1.3 Estudio técnico

4.1.3.1 Método de producción

La fruta arazá continua su maduración a partir de su cosecha, por tal motivo se puede hacer la recolección de la misma después de los 38 días de cuajada la fruta.

Los especialistas han documentado las condiciones climáticas del arazá en su plantación, propagación, control de plagas y malezas, fertilización, cosechas, poda, usos y composición químicas y nutricional del mismo.

Este fruto si está maduro es totalmente amarilla y por ende es muy delicado, para estar en las condiciones perfectas debe estar de color verde amarillento.

4.1.3.2 Descripción del proceso

El proceso para realizar el proceso de congelados de pulpa de arazá son las siguientes:

- 1.- Hay que realizar la recepción de la materia acta para proceder con los siguientes filtros.
- 2.- La selección de los frutos más aptos y sanos con el fin de no dañar el proceso.
- 3.- El lavado de la fruta es muy primordial ya que este debe ser desinfectado de las malarias producidas por la naturaleza adherida a los mismos, el tiempo prudencial es de 5 minutos.
- 4.- Una vez ya producido los pasos anteriores se realiza la despulpación total del arazá en las diversas máquinas que tienen dicha función.
- 5.- En este punto se procede a realizar el envasado de las pulpas ya refinadas y seleccionadas.
- 6.- Una vez dado el envasado general de las pulpas del arazá se procede a realizar la congelación en unas máquinas especiales para el mismo.
- 7.- Y para culminar se procede a realizar el almacenamiento de las pulpas ya congeladas en las diferentes cámaras de frio, para posterior ser comercializadas hacia el cliente final.

Capítulo V: Análisis económico y financiero

5.1 Inversiones

Para realizar la implementación de cualquier proyecto se requiere de realizar inversiones las mismas, que han sido calculadas y se presentan a continuación:

Resumen de la inversión

TABLA 4 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Concepto	Valor	Porcentaje
Inversión Fija (Cuadro 2)	\$ 71.932,94	76%
Capital de Operación y Mantenimiento (Cuadro 3)	\$ 22.921,48	24%
Inversión total	\$ 94.854,42	100%

Financiamiento		
Préstamo (Anexo 1)	\$ 40.000,00	43%
Capital Social	\$ 54.854,42	57%
Total	\$ 94.854,42	100%

FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Elaborado por: **Los Autores**

El valor total necesario para realizar este proyecto es de \$ 94.854,42 este monto se distribuye en: inversión fija y el capital de operación, estas serán financiadas en un 58% por los accionistas a través de acciones y el restante, o sea el 42% se financiara a través de un crédito bancario, este monto es de \$ 40.000, estas inversiones se realizan en el año cero del cronograma de implementación.

INVERSION FIJA

TABLA 5 INVERSIÓN FIJA

Inversiones	Valor	Porcentaje
Terrenos y construcciones (Anexo 2)	\$ 37.301,25	52%
Maquinaria y Equipos (Anexo 3)	\$ 14.861,30	21%
Otros Activos (Anexo 4)	\$ 14.131,76	20%
Activos diferidos (Anexo 5)	\$ 2.298,63	3%
Muebles y Equipos de Oficina (Anexo 6)	\$ 3.340,00	5%
TOTAL	\$ 71.932,94	100%

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

Elaborado por: **Los Autores**

El valor de la inversión fija es \$71.932,94 el desglose de las inversiones, se describe a continuación: en terrenos y construcciones el valor es de \$ 37.301,25 que significa el 52% de este rubro, le sigue maquinaria y equipos \$ 14.861,30 que es el 21% de participación,

siguiendo otros activos con el 20%, muebles y equipos de oficina con el 5% y finalmente los activos diferidos con el 3%, los restantes valores están en el cuadro No. 2.

5.2 Capital de Operaciones

El capital de operaciones está compuesto por los siguientes rubros: materiales directos, mano de obra directa, carga fabril y gastos de administración y ventas el rubro de mayor representación es la carga fabril con el 53% y un monto de \$ 6.141,67 el resto en el siguiente cuadro.

TABLA 6 CAPITAL DE OPERACIONES

Descripción	Valor	Porcentaje
Materiales Directos (Anexo 7)	\$ 6.141,67	27%
Mano de Obra Directa (Anexo 8)	\$ 1.630,09	7%
Carga Fabril (Anexo 9)	\$ 12.103,31	53%
Gastos de Administración y Ventas (Anexo 10)	\$ 3.046,41	13%
TOTAL	\$ 22.921,48	100%

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Es el valor monetario que requiere la empresa para poder operar, cubrir necesidades de insumos, adquisición de la materia prima, pago de sueldos de la mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

5.3 Financiamiento

El presente proyecto se lo financiará con el requerimiento de un crédito cuyo monto es de \$40,000.00 y que este valor representará el 42 % de participación en la inversión total, el mismo será obtenido en un banco de la ciudad de Guayaquil, con un interés del 14%, el pago es anual el mismo que es de \$11.161,34 a 5 años plazo. Se presenta la tabla de amortización se presenta en el Anexo No. 1.

5.4 Análisis de costos

Los costos del producto elaborado por Tonelada en el primer año operaciones, se lo realiza en función del plan de producción y asciende a \$241.056,68 el mismo que se presenta desglosado en el Cuadro No. 4, está compuesto por: materiales directos con \$73.700,00 detallado en el anexo No.6, otro rubro es la mano de obra directa con \$19.561,03 desglosado en anexo No.7, mientras que el rubro de la carga fabril es \$147.795,65 cuyo detalle está en Anexo No. 8, un resumen de los tres primeros años se presenta en el Cuadro No.4.

TABLA 7 COSTO DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	PRIMER AÑO 80%	SEGUNDO AÑO 90%	TERCER AÑO 100%
MATERIALES DIRECTOS (An. 6)	\$ 73.700,00	\$ 88.440,00	\$ 97.284,00
MANO DE OBRA DIRECTA (An. 7)	\$ 19.561,03	\$ 23.473,23	\$ 25.820,56
CARGA FABRIL (An. 8)	\$ 147.795,65	\$ 177.354,78	\$ 195.090,26
a.- Mano de obra indirecta	\$ 17.647,20	\$ 21.176,64	\$ 23.294,30
b.- Materiales indirectos	\$ 103.177,97	\$ 123.813,56	\$ 136.194,92
c.- Depreciación	\$ 4.094,98	\$ 4.913,98	\$ 5.405,38
d.- Suministros	\$ 11.388,00	\$ 13.665,60	\$ 15.032,16
e.- Reparación y mantenimiento	\$ 3.613,98	\$ 4.336,78	\$ 4.770,46
f.- Seguros	\$ 957,34	\$ 1.148,81	\$ 1.263,69
g.- Imprevistos	\$ 6.916,18	\$ 8.299,42	\$ 9.129,36

TOTAL	\$ 241.056,68	\$ 289.268,01	\$ 318.194,82
TONELADA	200,00	240,00	264,00
FUNDAS DE 590 GR.	338.983,05	406.779,66	447.457,63
COSTO UNITARIO PROD./TON	\$1.205,28	\$1.205,28	\$1.205,28

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

El proyecto para el primer año de operaciones, empezará sus operaciones al 80% de su capacidad instalada, la misma que se incrementara al 90% en el segundo año y llegará al 100 % de su capacidad en el tercer año.

5.5 Gastos de administración

En cuanto a los gastos de administración, este rubro esta compuestos de personal para la administración y ventas, necesitando de un Gerente General, un contador, un vendedor y una secretaria. El detalle completo de este rubro está en el Anexo No. 10.

Adicionalmente se considera la depreciación de muebles para su renovación, equipos de oficina necesarios para las operaciones contables, la constitución de la sociedad para poder habilitar la empresa que elaborara el congelado de Arazá, tasas de habilitación, y finalmente los trámites de registro sanitario, y para ventas también se incluyen los gastos de oficina, los de promoción y de la publicidad. Todos estos dan monto total de \$36.556,95 y su valor mensual sin depreciación y amortización de \$3.046,41.

5.6 Gastos financieros

Se incurre en gastos financieros debido al crédito que se obtendrá y para el primer año es de \$ 5.600,00 los mismos que van disminuyendo con el transcurso de los años y esto es debido a que el capital se comienza a pagar (Ver Gastos Financieros Anexo No. 10).

El monto del crédito bancario es de \$40.000,00 calculado con una tasa de interés del 14%, determinándose una anualidad para 5 años plazo, obteniendo un valor anual de \$11.651,34.

El monto del crédito bancario es de \$40.000,00 calculado con una tasa de interés del 14%, determinándose una anualidad para 5 años plazo, obteniendo un valor anual de \$11.651,34.

5.7 Costo unitario total

Para la determinación del costo unitario total por cada funda de congelado de arazá de 590 gramos, se ha procedido a obtener el costo unitario por tonelada, obteniendo un valor igual a \$283.213,63 esto es para el primer año en donde se elaboran 200 Toneladas, pero espera posicionar el producto en España y se incrementará para el segundo año, los precios unitarios por Tonelada es de \$1.416,07 y para el congelado en una funda de 590 gramos es de \$ 0,84 es necesario indicar que la producción para el segundo año es de 240 toneladas y para el tercero de 264, los valores se determinan en el siguiente cuadro.

TABLA 8 COSTO TOTAL DEL PRODUCTO POR TONELADA

AÑOS	COSTO PRODUCCION	COSTOS ADMINISTRATIVOS	COSTO FINANCIERO	COSTO TOTAL	TONELADAS	COSTO UNITARIO X TON.
1	\$ 241.056,68	\$ 36.556,95	\$ 5.600,00	\$ 283.213,63	200,00	\$ 1.416,07
2	\$ 289.268,01	\$ 40.212,65	\$ 4.752,81	\$ 334.233,47	240,00	\$ 1.392,64
3	\$ 318.194,82	\$ 44.233,91	\$ 3.787,02	\$ 366.215,75	264,00	\$ 1.387,18
4	\$ 318.194,82	\$ 44.233,91	\$ 2.686,01	\$ 365.114,74	264,00	\$ 1.383,01
5	\$ 318.194,82	\$ 44.233,91	\$ 1.430,87	\$ 363.859,59	264,00	\$ 1.378,26

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA 9 COSTO TOTAL UNITARIO DEL PRODUCTO

ARAZA				COSTO TOTAL UNITARIO
CTO. UNIT. DE FUNDAS 590 GR. AÑO 1	\$0,711	\$0,108	\$0,017	\$0,835
CTO. UNIT. DE FUNDAS 590 GR. AÑO 2	\$0,711	\$0,099	\$0,012	\$0,822
CTO. UNIT. DE FUNDAS 590 GR. AÑO 3	\$0,711	\$0,099	\$0,008	\$0,818
CTO. UNIT. DE FUNDAS 590 GR. AÑO 4	\$0,711	\$0,099	\$0,006	\$0,816
CTO. UNIT. DE FUNDAS 590 GR. AÑO 5	\$0,711	\$0,099	\$0,003	\$0,813

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO**ELABORADO POR:** LOS AUTORES

5.8 Ingresos y utilidades

En el siguiente cuadro se presentan los ingresos que genera la venta es así como para el primer año se tiene un monto de \$346.795,21 a este se debe restar el monto de los costos de producción, quedando una utilidad marginal en \$105.738,54, luego a este valor es necesario disminuir los gastos administrativos y ventas, además los gastos financieros, efectuando esta operación, queda una utilidad liquida de \$63.581,58, como penúltimo paso se resta la utilidad para los trabajadores que es el 15% y finalmente se resta el 25% de impuesto a la renta, quedando un valor de \$ 40.533,26.

TABLA 10 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE RESULTADOS					
RUBRO/AÑO	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	\$ 346.795,21	\$ 416.154,26	\$ 457.769,68	\$ 457.769,68	\$ 457.769,68
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 241.056,68	\$ 289.268,01	\$ 318.194,82	\$ 318.194,82	\$ 318.194,82
UTILIDAD MARGINAL	\$ 105.738,54	\$ 126.886,24	\$ 139.574,87	\$ 139.574,87	\$ 139.574,87
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$ 36.556,95	\$ 40.212,65	\$ 44.233,91	\$ 44.233,91	\$ 44.233,91
GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)	\$ 5.600,00	\$ 4.752,81	\$ 3.787,02	\$ 2.686,01	\$ 1.430,87
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 63.581,58	\$ 81.920,78	\$ 91.553,94	\$ 92.654,94	\$ 93.910,09
15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 9.537,24	\$ 12.288,12	\$ 13.733,09	\$ 13.898,24	\$ 14.086,51
UAI	\$ 54.044,35	\$ 69.632,67	\$ 77.820,85	\$ 78.756,70	\$ 79.823,57
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 13.511,09	\$ 17.408,17	\$ 19.455,21	\$ 19.689,18	\$ 19.955,89
UDI	\$ 40.533,26	\$ 52.224,50	\$ 58.365,63	\$ 59.067,53	\$ 59.867,68
FNE	\$ 40.533,26	\$ 52.224,50	\$ 58.365,63	\$ 59.067,53	\$ 59.867,68

RENTABILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA					
	1er año	2do. Año	3er. año	4to. año	5to. año
Sobre la inversión total	43%	55%	62%	62%	63%
Sobre el capital propio	74%	95%	106%	108%	109%
Sobre las ventas	12%	13%	13%	13%	13%

FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Además se ha procedido a realizar el cálculo de diferentes rentabilidades, sobre la inversión, capital propio y sobre las ventas del presente proyecto, determinado que son aceptables para nuestro mercado, y por lo tanto es viable.

5.9 Flujo neto de caja

Se ha determinado que flujo de caja es algo primordial, debido a que con estos valores o flujos que son generados por ingresos dados por la venta del producto que se fabrica y comercializa, así como por los egresos generados por los diferentes costos y gastos que ocasiona la elaboración, así como su comercialización, calculados en el periodo de un año. Estos valores se resumen en el cuadro No. 7, durante la vida útil del proyecto, los mismos resultan ser positivos; obteniendo para el primer año el valor de \$37.203,78, para el segundo año aumenta a \$54.255,45 y en el tercer año, este tiene un valor de \$62.344,44, y en transcurso se incrementa para los dos últimos años, el flujo completo se detalla en el siguiente cuadro.

TABLA 11 FLUJO DE CAJA DURANTE LA VIDA ÚTIL

RUBRO/AÑO	0	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS		\$ 346.795,21	\$ 416.154,26	\$ 457.769,68	\$ 457.769,68	\$ 457.769,68
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 241.056,68	\$ 289.268,01	\$ 318.194,82	\$ 318.194,82	\$ 318.194,82
MARGEN BRUTO		\$ 105.738,54	\$ 126.886,24	\$ 139.574,87	\$ 139.574,87	\$ 139.574,87
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$ 36.556,95	\$ 36.556,95	\$ 36.556,95	\$ 36.556,95	\$ 36.556,95
DEPRECIACION		\$ 5.222,71	\$ 5.222,71	\$ 5.222,71	\$ 5.222,71	\$ 5.222,71
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 63.958,88	\$ 85.106,58	\$ 97.795,21	\$ 97.795,21	\$ 97.795,21
INTERES DEL PRESTAMO		\$ 5.600,00	\$ 4.752,81	\$ 3.787,02	\$ 2.686,01	\$ 1.430,87
UTILIDAD LIQUIDA		\$ 58.358,88	\$ 85.106,58	\$ 97.795,21	\$ 97.795,21	\$ 97.795,21
15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 8.753,83	\$ 12.765,99	\$ 14.669,28	\$ 14.669,28	\$ 14.669,28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 49.605,04	\$ 72.340,60	\$ 83.125,93	\$ 83.125,93	\$ 83.125,93
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 12.401,26	\$ 18.085,15	\$ 20.781,48	\$ 20.781,48	\$ 20.781,48
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$ 37.203,78	\$ 54.255,45	\$ 62.344,44	\$ 62.344,44	\$ 62.344,44
INVERSION FIJA DEL PROYECTO	-\$ 71.932,94					
CAPITAL DE OPERACIONES	-\$ 22.921,48					
PRESTAMO	\$ 40.000,00					
AMORTIZACION DE LA DEUDA		-\$ 6.051,34	-\$ 6.898,53	-\$ 7.864,32	-\$ 8.965,33	-\$ 10.220,48
VALOR RESIDUAL						\$ 18.343,15
RECUPERACION DE CAPITAL DE OPERACIÓN						\$ 22.921,48
FLUJO DE CAJA	-\$ 54.854,42	\$ 31.152,44	\$ 47.356,92	\$ 54.480,12	\$ 53.379,12	\$ 93.388,60
TIR DEL PROYECTO	74,94%					
VAN DEL PROYECTO 12%	\$ 191.259,79					

FUENTE: ESTADO DE RESULTADOS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Se determina que un proyecto es conveniente ejecutarlo con un financiamiento por esto se propone ejecutarlo con un crédito de \$40.000 dólares, esto se calcula (VAN y TIR) en el cuadro No. 7 del flujo de caja, mediante la fórmula que tiene el software Excel, y los valores son \$191.259,79 para el VAN y 74,94% para la TIR, considerando el crédito.

5.10 Punto de equilibrio

En el Cuadro 8, procede a efectuar el cálculo del punto de equilibrio el mismo que puede representar el porcentaje, unidades de producción o valor de la producción en donde no existe pérdida ni ganancia para la empresa, siendo el porcentaje para el presente proyecto de 48,05%, lo que en unidades son 16.286 fundas de arazá de 590 gramos.

TABLA 12 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
MATERIALES DIRECTOS		\$ 73.700,00	\$ 73.700,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 19.561,03		\$ 19.561,03
CARGA FABRIL			
a.- Mano de obra indirecta		\$ 17.647,20	\$ 17.647,20
b.- Materiales indirectos		\$ 103.177,97	\$ 103.177,97
c.- Depreciación	\$ 4.094,98		\$ 4.094,98
d.- Suministro		\$ 11.388,00	\$ 11.388,00
e.- Reparación y mantenimiento	\$ 503,86		\$ 503,86
f.- Seguros	\$ 957,34		\$ 957,34
g.- Imprevistos		\$ 6.916,18	\$ 6.916,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENT	\$ 36.556,95		\$ 36.556,95
GASTOS FINANCIEROS		\$ 5.600,00	\$ 5.600,00
TOTAL	\$ 61.674,16	\$ 218.429,35	\$ 280.103,51
Ventas (An. 14)			\$ 346.795,21
PTO. DE EQUILIBRIO %	PORCENTAJE		48,05
PTO. DE EQUILIBRIO	UNIDADES		16.286.647
PTO. DE EQUILIBRIO \$	UNIDAD MONETARIA		\$ 166.619,88

FORMULA UTILIZADA

PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{VENTAS} - \text{COSTOS VARIABLES}} \times 100\%$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\$ 61.674,16}{\$ 346.795,21 - \$ 218.429,35} \times 100\%$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\$ 61.674,16}{128.365,87}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 48,05 \%$$

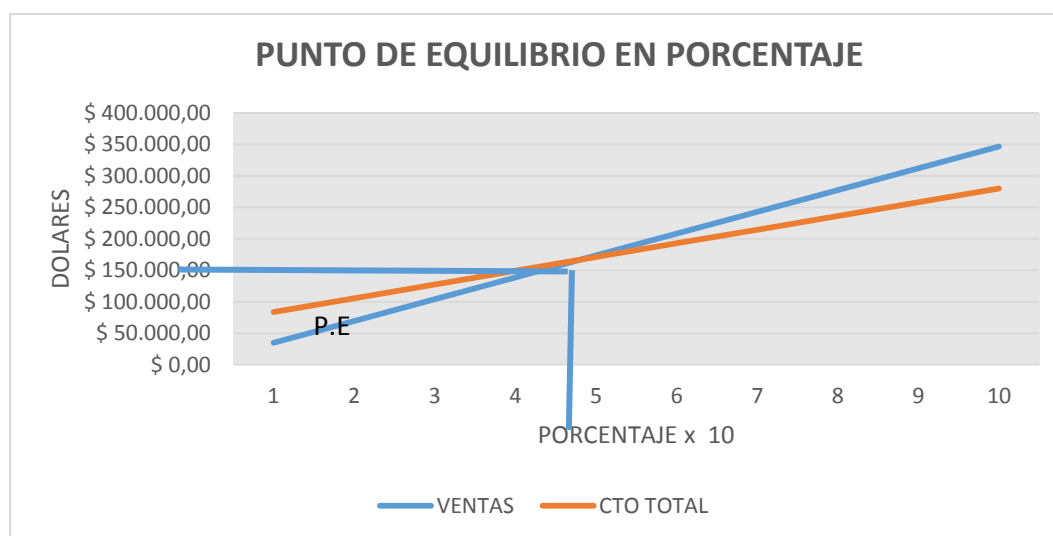
$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \$166.619,88$$

FUENTE: CÁLCULOS DEL PROYECTO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Con los datos obtenidos del cuadro No. 8, se elabora la gráfica, la misma que sirve para confirmar los datos obtenidos.

TABLA 13 PUNTO EQUILIBRIO



FUENTE: ESTUDIO FINANCIERO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

5.11 Cronograma de inversiones

Son los diferentes valores que serán desembolsados de manera trimestral, para poder realizar la adquisición o construcción de obras para poner en marcha el presente proyecto, estos están detallados en el cuadro No. 9

TABLA 14 CALENDARIO DE INVERSIONES

DESCRIPCION	1	2	3	4	TOTAL
TERRENO	\$ 22.500,00				\$ 22.500,00
CONSTRUCCION	\$ 4.933,75	\$ 4.933,75	\$ 4.933,75		\$ 14.801,25
MAQUINARIA	\$ 3.715,33	\$ 3.715,33	\$ 3.715,33	\$ 3.715,33	\$ 14.861,30
OTROS ACTIVOS				\$ 14.131,76	\$ 14.131,76
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.298,63				\$ 2.298,63
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				\$ 3.340,00	\$ 3.340,00
CAPITAL DE OPERACIÓN				\$ 22.921,48	\$ 22.921,48
SUMAN	\$ 33.447,71	\$ 8.649,08	\$ 8.649,08	\$ 44.108,56	\$ 94.854,42
FINANCIAMIENTO					
RECURSOS PROPIOS	\$ 33.447,71	\$ 8.649,08	\$ 6.773,80	\$ 5.983,84	\$ 54.854,42
PRESTAMO			\$ 1.875,28	\$ 38.124,72	\$ 40.000,00
SUMAN	\$ 33.447,71	\$ 8.649,08	\$ 8.649,08	\$ 44.108,56	\$ 94.854,42
PORCENTAJE DE UTILIZACION	35,3%	9,1%	9,1%	46,5%	100%

FUENTE: INVERSIONES

ELABORADO POR: LOS AUTORES

En el primer trimestre se determinan los egresos se desembolsan en un 35,5% que representa un monto de \$33.447,71, para el segundo trimestre ese porcentaje disminuye al

9,1% y con un monto de \$8.649,08 manteniéndose igual para el tercer trimestre y para el último trimestre el porcentaje se incrementa al 46,5% con un monto de \$44.108,56 esto se debe a que la mayoría de las inversiones se las realiza en este trimestre y que son la adquisición de otros equipos, muebles de equipos de oficina y el capital de operaciones, todo el monto del cronograma es de \$ 94.854,42.

5.12 Evaluación del proyecto

Para la realización de la evaluación de un proyecto existen algunos índices entre los que se utilizarán para evaluar el presente proyecto son: Valor Actual Neto VAN, tasa interna de retorno TIR, el WACC que es el costo promedio ponderado de capital, TMAR tasa mínima de aceptable rendimiento.

En el primer indicador se trata de traer los valores que genera el proyecto a presente y compararlos con la inversión y el valor resultante es positivo el proyecto es viable financieramente.

Formula Para El Cálculo Del Van

$$\text{VAN} = \left(\frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5} \right) - \text{INVERSION}$$

Donde:

Inversión= \$94.854,42 (no se excluye el monto del crédito)

F 1-5 = Flujo/caja = \$31.152,44; \$47.356,92; \$54.480,12; \$53.379,12; \$93.388,60

i= tasa bancaria= 14%

\$31.152,44 \$47.356,92 \$54.480,12 \$53.379,12 93.388,60

Van= -\$94.854,42 + (----- + ----- + ----- + ----- + -----

$(1 + 0,14)^1$ $(1 + 0,14)^2$ $(1 + 0,14)^3$ $(1 + 0,14)^4$ $(1 + 0,14)^5$

Valor Actual Neto= - \$94.854,26 + \$180.792,26

Diferencia Van = \$87.792,26

Proceso Para Calcular El Tir

Tir= Sumatoria De Flujos – Inversión = Cero

Ejercicio De La Tir Por Interpolación

$TIR = k_1 + (k_2 - k_1) (VPN_1 / VPN_1 - VPN_2)$

Para la realización del cálculo de la TIR por interpolación se deben determinar dos valores VAN1 y VAN2 de forma similar a la realizada con anterioridad, la diferencia es la tasa de interés, hasta obtener un resultado positivo y otro con negativo, luego se procede de la siguiente manera para obtener el valor de la TIR.

TASA 41,39% CON K1 → $VPN_1 = \$25,85$

TASA 41,41% CON K2 → $VPN_2 = - \$11,39$

$TIR = 41,39 + 0,01 = 41,40\%$ aprox.

Total TIR= 41,40% aprox.

Calculo del costo promedio ponderado de capital o wacc

El **WACC siglas en inglés**, o conocido también como coste promedio ponderado del capital (CPPC), este índice es una tasa de descuento mediante la cual se utiliza para disminuir los flujos de caja que se tendrán a futuro, y se realiza para valorar el presente proyecto que se propone.

Porcentaje de participación de la deuda en el proyecto = 42 %

Porcentaje de participación de accionistas en el proyecto = 58 %

Costo De La Deuda= Tasa de interés del Banco= CD= 14%

Costo Del Patrimonio = Tasa de ganancia accionistas =CP= 25%

Impuesto a la renta (al estado) es el 25%

Fórmula de cálculo

$$WACC = 0.25 \times 0.42 + 0.14 \times 0.58 \times (1 + 0.25)$$

$$WACC = 0,105 + 0,0812 \times 1,25 = 20,65\%$$

Se ha calculado el WACC y se tiene un valor de 20,65%, valor que es aceptable si se lo compara con la TIR que es mucho mayor por lo tanto se considera que es viable, el presente proyecto.

Para este proyecto la TIR obtenida, con una tasa de descuento del (14%) para los flujos obtenidos en el proyecto, se obtiene un valor de 41,4% que es superior a la WACC, razón por la cual se determina que es factible el proyecto analizados estos índices.

Calculo De La Tmar

Ahora se procede a realizar el cálculo del costo del capital para esto se aplica la formula indicada

$$\text{TMAR inversionista} = I + f + (i \times f)$$

Donde:

$$i = 12,0 \%$$

$$f = \text{tasa de inflación anual de la CFN (2015)} = 5\%$$

$$\text{TMAR } i = 12.0 \% + 5 \% + (12.0 \% \times 5\%) = 17.6 \%$$

La TMAR es mixta para este plan de negocios, ya que el mismo presenta una combinación de 2 capitales para la inversión de arranque inicial, primero del dinero de los accionistas con el 17,6% de ganancia con inflación incluida y de la entidad financiera con un 14% de ganancia. Este proceso se lo calcula de la siguiente forma:

Total financiado	Inversión
$\text{TMAR} = \frac{\text{Interés del Banco}}{\text{Inversión Final}} + \frac{\text{TMAR } i}{\text{Inversión Final}}$	
\$ 40.000 dólares	\$ 54.854,42 dólares
$\text{TMAR} = \frac{(14 \%)}{\$ 94.854,42 \text{ dólares}} + \frac{(17,6\%)}{\$ 94.854,42 \text{ dólares}}$	

$$\text{TMAR} = 0,42 (0,14) + (0,58) (0,176) = 0,058 + 0,102 = 16,0\%$$

Una vez más se demuestra que el proyecto es viable ya que es mayor la TIR.

Capítulo VI: Comercio exterior

6.1 Partida arancelaria del congelado de pulpa de arazá

0811.90.99.00 TNAN 0010. Dicha subpartida arancelaria, dada por el Arancel Ecuatoriano de Importaciones, no mantiene ninguna prohibición ni para su posible exportación. Pero cabe indicar que hay que sacar todos los permisos de calidad del producto, para así no tener excusa alguna por parte del proveedor del país a donde se quiera exportar.

DATOS DE LA IMPORTACIÓN				RESTRICCIONES Y AUTORIZACIONES PREVIAS				AD-VALOREM				MERCOSUR			
TIPO DE CAMBIO	INCOTERM	FORMA DE PAGO	ORIGEN	UNIDAD COMERCIAL	UNIDAD FÍSICA	PARTIDA Y DESCRIPCIÓN	kg	25	12	0001	6001	0	25	0	0
0811.90.90.20						--- Lulo (naranja) (Solanum quitoense)	kg	25	12	0001	6001	0	25	0	0
0811.90.90.90						--- Los demás	kg	25	12	0001	6001	0	25	0	0
08.11						Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.									
0811.10						- Fresas (frutillas):	kg	15	12			15	0	15	0
0811.10.10						- Con adición de azúcar u otro edulcorante	kg	15	12			15	0	15	0
0811.10.90						- Las demás	kg	15	12			15	0	15	0
0811.20.00						- Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas	kg	15	12			15	0	15	0
0811.90						- Los demás:	kg	15	12			15	0	15	0
0811.90.10						- Con adición de azúcar u otro edulcorante	kg	15	12			15	0	15	0
0811.90.91						- Los demás	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.91						--- Mango (Mangifera indica L.)	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.92						--- Camu Camu (Myrciaria dubia)	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.93						--- Lúcum (Lúcuma obovata)	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.94						--- Maracuyá (parchita) (Passiflora edulis)	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.95						--- Guanábana (Annona muricata)	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.96						--- Papaya	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
0811.90.99						--- Los demás	kg	15	12	0001	15	0	15	0	0
08.12						Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consu-									

FIGURA 22 PARTIDA ARANCELARIA DEL PRODUCTO

FUENTE: (SENAE, 2016)

6.2 Exportación a consumo anual

Nuestro país se ha visto en las últimas décadas como un país importador, por falta de maquinarias industriales para poder procesar nuestras materias primas y darle un buen uso como lo es los congelados a base de pulpa de araza, por tal motivo el gobierno ecuatoriano en conjunto con el comité de comercio exterior, han decretado una renovación de leyes

aduaneras al régimen de exportación a consumo dentro del COPCI (Código Orgánico de Comercio e Inversiones).

Dentro de la página web de la SENAE encontrara todos los boletines aduaneros donde se encuentran dichas leyes, reformas de mejoras hacia las exportaciones a consumo no tradicionales, también encontraran las diversas facilidades y ventajas para incentivar dicho régimen. Dentro del medio aduanero a esto se lo conoce como devolución condicionada en pocas palabras; ya que por el mismo consta la devolución anualmente del 5% por cada exportación declarada ante la aduana. Por cultura general sabemos que nuestro país es abundantemente rico de recursos naturales por tal motivo debemos explotar los mismos y poner a nuestro favor la balanza comercial, que sean más exportaciones que importaciones, ya que la realidad es viceversa.

6.3 Estudio de mercado para la futura exportación hacia Madrid-España.

6.3.1 Aceptación de nuestro producto

La marca frozen-aza será muy bien acogida en el mercado local, ya que hasta el momento ninguna compañía comercializa nuestro producto como lo es el congelado de pulpa de arazá, por la cual nuestra compañía será la pionera en este segmento de producto innovador. Por esta ventaja que tiene nuestro producto es muy alta, ya que existen y comercializan congelados de otros frutos menos del arazá y también de su precio razonable a diferencia de los demás y por sus características nutricionales.

6.3.2 Canales de distribución

El congelado de pulpa de arazá se venderá y distribuirá en diferentes canales los cuales son los comisariatos, supermaxi y tiendas donde se reflejan con gran mayoría de guayaquileños, ya que en la ciudad de Guayaquil la demanda de estos segmentos comerciales

es bien grande y extensa. Por lo cual brindamos es la facilidad a los consumidores para que puedan adquirir nuestros productos.

6.4 Documentos de control previo, soporte y acompañamiento para la exportación.

6.4.1 Factura comercial

Dicho documento en el ámbito aduanero se lo considera como uno de los más importantes, ya que el mismo es único y original y dado como requisito fundamental para poder realizar una importación o exportación de mercaderías.

Cabe indicar que este documento refleja en su contenido de lo que se esté comercializando y es una copia de lo que reflejara el sistema aduanero, porque de este documento se transcribe el mismo detalle de la mercadería.

Dado a esto según el COMEX y la CAN los requisitos que debe contener una factura comercial son las siguientes:

- Ser un documento original y definitivo
- Reflejar el precio realmente pagado o por pagar
- Carecer de borrones, enmendaduras o adulteraciones
- Debe ser expedido por el proveedor, exportador.
- Debe reflejar número y fecha de expedición
- Precio unitario y total por cada ítem
- Lugar, nombre y dirección del exportador e importador
- Descripción de mercadería legible y única con su debida cantidad comercial

- Lugar y condición de INCOTERMS (CAN, 2014)

6.4.2 Conocimiento de embarque (B/L)

Se lo utiliza para el transporte marítimo por medio del cual se deja constancia la propiedad de la mercadería, se fijan los datos del cargador, exportador, consignatario, buque y más información que permite proteger a las partes involucradas. (COPCI, 2014)

6.4.3 Conocimiento de embarque aéreo (GUIA AEREA)

Es un documento justificativo del contrato de transporte aéreo, establecido entre un expedidor y una compañía de transporte aéreo, mediante el cual reconoce haber recibido la mercancía para su expedición y se obliga a transportarla al aeropuerto de destino conforme a las condiciones especificadas.

Este documento lo emite una compañía de transporte aéreo o un agente de carga aéreo IATA autorizado.

Por tal motivo para poder realizar algún embarque vía aérea se necesita este documento, sin ello no se podrá concretar la operación comercial.

El conocimiento aéreo cumple 5 funciones importantes:

- Prueba de contrato de transporte, conteniendo en su reverso el clausurado
- Acuse de recibo de las condiciones en que se ha recibido la mercancía
- Declaración para el despacho aduanero
- Certificado de seguro, si el expedidor lo solicita
- Guía de instrucciones para el personal del transportista. (COPCI, 2014)

6.4.4 Certificados sanitarios

Los certificados sanitarios para productos como frutas y hortalizas secas, así como productos pesqueros frescos para su exportación, la otorga el Instituto Nacional de Higiene.

6.4.5 Certificado de origen

Documento que certifica el país de origen de la mercancía que se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza solo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden.

(PROECUADOR, 2013)

6.4.6 Obtención del registro como exportador en la Senae

Una vez obtenido el RUC en el SRI (Servicio de Rentas Internas), se procederá:

- Obtención del certificado digital para la firma electrónica en el Banco Central del Ecuador.
- Registrarse en el portal de ECUAPASS: www.ecuapass.aduana.gob.ec
- Una vez ingresado los datos pertinentes se podrá crear usuario y contraseña.

(ADUANA DEL ECUADOR, 2015)

Conclusiones

Analizado el presente proyecto se determina las siguientes conclusiones:

- El presente proyecto elabora congelados de pulpa de Arazá.
- Con nuestro plan de marketing tendremos un progreso importante con la marca de nuestro producto dentro de los 5 primeros años.
- Contaremos con trabajadores altamente calificados con el fin de dar un buen servicio a nuestros clientes.
- Existe suficiente materia prima para abastecer el presente proyecto, debido a que en la actualidad se siembra y cosecha buena cantidad de esta fruta.
- Para realizar el proyecto se debe realizar una inversión de \$94.854,42 distribuidos por un crédito de \$40.000 y la aportación de los accionistas con el saldo de \$54.854,42. El análisis financiero demuestra que es factible financieramente, obteniendo una TIR del 41,4%, un VAN de \$85.792,26 tanto la TIR que es mayor que la tasa bancaria del crédito y el VAN que es positivo, lo cual confirma su factibilidad.
- Libre de obstáculos para su posible exportación a España.
- Se considera que el proyecto no tendrá inconvenientes de implementarse en la ciudad de Guayaquil.

Recomendaciones

- Buscar un plus de innovación a nuestro producto para llamar la atención de los posibles clientes.
- Realizar un programa de marketing internacional donde se llegue a la demostración de nuestro producto hacia todos los posibles clientes del exterior.
- Realizar una rigurosa selección de personal, con la final de que serán sobre quienes recaerá el cumplir con la programación de la producción, a fin de no tener inconvenientes con la misma.
- Seleccionar la mejor materia prima de los proveedores con el fin de tener un producto final apto para el consumo de los clientes.
- Cumplir con la programación de financiamiento para no tener flujos de caja negativos durante la vida útil del proyecto.
- Indagar exhaustivamente el mercado español con el fin de no llevarse sorpresas en un futuro para la exportación de nuestro producto.
- Es aconsejable su ejecución, debido a que incrementa el aprovechamiento de frutas no tradicionales.

Bibliografías

- <http://www.ecuaempacadoras.com/productos/>
- <http://www.supcool.net/Products.html>
- <https://www.google.com.ec/maps/search/KM+3.5+VIA+DURAN+TAMBO/@-2.1882972,-79.8288639,18z/data=!3m1!4b1?hl=es>
- www.proecuador.gob.ec/
- http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/Inflaci%C3%B3nNoviembre2016/Reporte_inflacion_201611.pdf
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20PARA%20RENOVACION.pdf>
- [1/Cultivo_del_araz%C3%A1_en_nuestro_pa%C3%ADs.html#.WGSUq9LhDIU](http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20PARA%20RENOVACION.pdf)
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación De Proyectos. Cuarta Edición. Mc Graw Hill, México 2008.
- Roberts Pindyck. Daniel L. Rubinfeld. Microeconomía – Quinta Edición. Person Educación S. A. Madrid 2001.
- Michael R. Salomón. Comportamiento del Consumidor – Tercera Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A, 1997.
- Glenn A. Welsch, Ronald W. Hilton, Paul N. Gordon, Carlos Rivera Noverola. Presupuesto: Planificación y Control. Person Educación. México – 2005.

Apéndice

Apéndice 1

Tabla de amortización del préstamo

TABLA 15 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Préstamo :	\$ 40.000,00			
Plazo :	5	Años		
Interés :	14%			
			Anualidad	\$11.651,34

Años	Inicio	Intereses	Amortización	Dividendo	Final
0					\$ 40.000,00
1	\$ 40.000,00	\$ 5.600,00	\$ 6.051,34	\$ 11.651,34	\$ 33.948,66
2	\$ 33.948,66	\$ 4.752,81	\$ 6.898,53	\$ 11.651,34	\$ 27.050,13
3	\$ 27.050,13	\$ 3.787,02	\$ 7.864,32	\$ 11.651,34	\$ 19.185,80
4	\$ 19.185,80	\$ 2.686,01	\$ 8.965,33	\$ 11.651,34	\$ 10.220,48
5	\$ 10.220,48	\$ 1.430,87	\$ 10.220,48	\$ 11.651,34	\$ 0,00

FUENTE DE FINANCIAMIENTO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 2

Terreno y construcciones

TABLA 16 TERRENO Y CONSTRUCCIONES

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
Terreno	mt ²	\$ 150,00	\$ 22.500,00	\$ 150,00
Construcciones				
Área de recepción	mt ²	\$ 60,00	\$ 1.800,00	\$ 60,00
Área de lavado y selección	mt ²	\$ 70,00	\$ 1.400,00	\$ 70,00
Área de despulpado	mt ²	\$ 75,00	\$ 1.875,00	\$ 75,00
Área de materia prima	mt ²	\$ 60,00	\$ 900,00	\$ 60,00

Área de laboratorio	mt ²	\$ 80,00	\$ 1.200,00	\$ 80,00
Área de oficinas administrativas	mt ²	\$ 90,00	\$ 2.250,00	\$ 90,00
Área de circulación	mt ²	\$ 60,00	\$ 1.200,00	\$ 60,00
CERRAMIENTO	ml	\$ 40,00	\$ 2.400,00	\$ 40,00
		Subtotal construcciones		\$ 35.525,25
Costo de fiscalización (5% de terreno y construcciones)		\$ 35.525,25	5%	\$ 1.776,25
	Total de terreno y construcciones			\$ 37.301,25

FUENTE: COTIZACIONES CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 3

Maquinarias y equipos

TABLA 17 MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
EQUIPO DE LABORATORIO				
Termómetro	U	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Bureta	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Pipeta de 100ml	U	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Balanza digital	U	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Vaso de precipitación	U	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Peachimetro	U	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Mechero	U	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Probeta	U	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Refractómetro	U	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Tubos de ensayo	U	5	\$ 1,46	\$ 7,30
			SUBTOTAL	\$ 781,30
OTROS EQUIPOS				
Etiquetadora	U	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Túnel de lavado	U	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00

Despulpadora	U	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Cámara frigorífica (3 mt x 5 mt)	U	1	\$ 8.250,00	\$ 8.250,00
Balanza analítica	U	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Adicionales	Global	1	\$ 650,00	\$ 650,00
			SUBTOTAL	\$ 12.450,00
Equipo de tratamiento de agua				
Tanque de presión	U	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Bomba de agua de 1/2 h.p	U	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Ablandador de resina catiónica	U	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Filtro de arena	U	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Bomba dosificador	U	1	\$ 320,00	\$ 320,00
			SUBTOTAL	\$ 1.630,00
TOTAL GENERAL				\$ 14.861,30

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 4

Otros activos

TABLA 18 OTROS ACTIVOS

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
Equipos de seguridad	Global	8	\$ 35,00	\$ 280,00
Repuestos	Global	12%		\$ 1.783,36
Línea telefónica	Global	2	\$ 68,40	\$ 68,40
Vehículo		1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Total				\$ 14.131,36

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 5

Activos diferidos

TABLA 19 *ACTIVOS DIFERIDOS*

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
Constitución de la empresa	Global	1	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00
Tasas de habilitación y permisos	Global	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Tramites de registro sanitario	Global	1	\$ 488,63	\$ 488,63
			TOTAL	\$ 2.298,63

FUENTE: COTIZACIÓN LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 6

Muebles y equipos de oficina

TABLA 20 *MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA*

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
Escritorio ejecutivo con sillón	U	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Escritorio y sillón (secretaria)	U	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Escritorio metálico con sillón	U	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Archivador metálico	U	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Computadora, impresora, software	U	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
			TOTAL	\$ 3.340,00

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 7

Materiales Directos

TABLA 21 MATERIALES DIRECTOS

				Capacidad 70%	Capacidad 90%	Capacidad 100%
				MATERIA PRIMA		
				200	240	264
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal	Subtotal	Subtotal
ARAZA	TON	150,00	\$ 233,00	\$ 34.950,00	\$ 41.940,00	\$ 46.134,00
AGUA	GAL	1.000,00	\$ 2,00	\$ 2.000,00	\$ 2.400,00	\$ 2.640,00
PRESERVANTES	KILO	50,00	\$ 85,00	\$ 4.250,00	\$ 5.100,00	\$ 5.610,00
AZUCAR	TON	50,00	\$ 650,00	\$ 32.500,00	\$ 39.000,00	\$ 42.900,00
TOTAL ANUAL				\$ 73.700,00	\$ 88.440,00	\$ 97.284,00
TOTAL MENSUAL				\$ 6.141,67	\$ 7.370,00	\$ 8.107,00

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 8

Mano de obra directa

TABLA 22 MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACION	CALIFICADOS	NO CALIFICADOS
OBRERO	2	1
SUELDO MENSUAL	\$ 400,00	\$ 366,00
DECIMO TERCERO	\$ 33,33	\$ 30,50
DECIMO CUARTO	\$ 26,50	\$ 26,50
IESS 12,15%	\$ 48,60	\$ 44,47
FONDO DE RESERVA	\$ 33,33	\$ 30,50
VACACIONES	\$ 16,67	\$ 15,25
TOTAL UNITARIO	\$ 558,43	\$ 513,22
TOTAL ANUAL X CARGO	\$ 13.402,40	\$ 6.158,63
TOTAL ANUAL GENERAL	\$ 19.561,03	\$ 6.158,63
VALOR MENSUAL	\$ 1.630,09	\$ 513,22

FUENTE: SUELDO ACTUAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 9

Carga Fabril

TABLA 23 CARGA FABRIL

A) MANO DE OBRA INDIRECTA					
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	SUELDO B.	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL	
JEFE DE LABORATORIO	1	\$ 700,00	\$ 957,38	\$ 11.488,56	
BODEGUERO	1	\$ 366,00	\$ 513,22	\$ 6.158,64	
			\$ 1.470,60	\$ 17.647,20	
B) MATERIALES INDIRECTOS					
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	CTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
ENVASES FRASCOS	169.491,53	C/U	0,5	\$ 84.745,76	
ENVASES FUNDAS	50.000,00	C/U	0,25	\$ 12.500,00	
ETIQUETAS	169.491,53	C/U	0,01	\$ 1.694,92	
CARTONES	8.474,58	C/U	0,5	\$ 4.237,29	
				\$ 103.177,97	
C) DEPRECIACIÓN					
DENOMINACIÓN	COSTOS	VIDA UTIL (Años)	PORCENTAJE	VALOR ANUAL	VALOR RESIDUAL
CONSTRUCCIÓN (EXCEPTO TERRENO)	\$ 9.825,00	10	10%	\$ 982,50	\$ 4.913
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 14.861,30	10	10%	\$ 1.486,13	\$ 7.431
EQUIPO DE SEGURIDAD	\$ 280,00	5	20%	\$ 56,00	
LINEA TELEFONICA	\$ 68,40	5	20%	\$ 13,68	
REPUESTOS	\$ 1.783,36	5	20%	\$ 356,67	
VEHICULO	\$ 12.000,00	10	10%	\$ 1.200,00	\$ 6.000
FISCALIZACION	\$ 1.776,25	5	20%	\$ 355,25	
				\$ 4.094,98	\$ 18.343,15
D) SUMINISTROS					
	CANTIDAD MES	C/U	LINEAS	COSTO TOTAL	
ENERGIA ELECTRICA	260,00	0,15		\$ 468,00	
INTERNET Y TELEFONO	35,00	12	2	\$ 10.080,00	
AGUA	250,00	0,28		\$ 840,00	
				\$ 11.388,00	
E) REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO					
CONCEPTO	COSTOS	PORCENTAJE		COSTO TOTAL	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 14.861,30	1		\$ 148,61	
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES	\$ 35.525,00	1		\$ 355,25	
VEHÍCULOS	\$ 0,00	5		\$ 0,00	
				\$ 503,86	
F) SEGUROS					
CONCEPTO	COSTOS	PORCENTAJE		COSTO TOTAL	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 14.861,30	3		\$ 445,84	
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES	\$ 35.525,00	3		\$ 1.065,75	
				\$ 1.511,59	
SUB-TOTAL				\$ 138.323,60	
IMPREVISTOS CARGA FABRIL 5%				\$ 6.916,18	
			TOTAL ANUAL	\$ 145.239,78	
			TOTAL MENSUAL	\$ 12.103,31	

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 10

Gastos de administración y ventas

TABLA 24 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

1.- ADMINISTRACION	CANTIDAD	SUELDO B.	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
DENOMINACION				
GERENTE GENERAL	1	\$ 800,00	\$ 1.090,37	\$ 13.084,40
CONTADOR	1	\$ 400,00	\$ 558,43	\$ 6.701,20
SECRETARIA	1	\$ 366,00	\$ 513,22	\$ 6.158,63
				\$ 25.944,23
2.- VENTAS				
VENDEDOR	1	\$ 366,00	\$ 513,22	\$ 6.158,63
				\$ 6.158,63
3.- DEPRECIACION Y AMORTIZACION			PORCENTAJE	
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		\$ 3.340,00	20	\$ 668,00
CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD		\$ 1.570,00	20	\$ 314,00
TASAS DE HABILITACION Y PERMISOS		\$ 240,00	20	\$ 48,00
TRAMITES DE REGISTRO SANITARIO		\$ 488,63	20	\$ 97,73
				\$ 1.127,73
4.- GASTOS GENERALES				
GASTOS DE OFICINA	GLOBAL			\$ 600,00
PROMOCION Y PUBLICIDAD	GLOBAL			\$ 720,00
SUMAN				\$ 1.320,00
SUBTOTAL				\$ 34.550,58
IMPREVISTOS(5%)				\$ 2.006,37
TOTAL				\$ 36.556,95
VALOR MENSUAL				\$ 3.046,41

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 11

Gastos Financieros

TABLA 25 GASTOS FINANCIEROS

Años	VALOR
1	\$ 5.600,00
2	\$ 4.752,81
3	\$ 3.787,02
4	\$ 2.686,01
5	\$ 1.430,87
TOTAL	\$ 18.256,71

FUENTE: PRÉSTAMO BANCARIO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Apéndice 12

Ventas Netas

TABLA 26 VENTAS NETAS

Años	Producto	Unidades	Precio	Ventas	Ingresos
1	Arazá				\$ 346.795
	Unidades fundas de 590 gr	338.983	\$ 1,02	\$ 346.795,21	
2	Arazá				\$ 416.154
	Unidades fundas de 590 gr	406.780	\$ 1,02	\$ 416.154,26	
3	Arazá				\$ 457.769,68
	Unidades fundas de 590 gr	447.458	\$ 1,02	\$ 457.769,68	
4	Arazá				\$ 457.769,68
	Unidades fundas de 590 gr	447.458	\$ 1,02	\$ 457.769,68	
5	Arazá				\$ 457.769,68
	Unidades fundas de 590 gr	447.458	\$ 1,02	\$ 457.769,68	

FUENTE: MERCADO LOCAL

ELABORADO POR: LOS AUTORES