



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TÍTULO

**La Creación de una Microempresa Ecológicamente responsable enfocada
en la Elaboración Artesanal, Distribución y Marketing de la Cáscara de
Naranja Deshidratada y Caramelizada**

AUTORAS:

**Crespo López, Carla Yadira
Sancán Moreno, Sara Geovanna**

Trabajo de Titulación

**Previo a la Obtención del Título de:
INGENIERAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTORA:

Ing. Baños Mora, Patricia Denise

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Carla Yadira Crespo López y Sara Geovanna Sancán Moreno, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIERAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**.

TUTORA

Ing. Patricia Denise Baños Mora

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Pérez Jiménez, MGE

Guayaquil, a los 9 días del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Carla Yadira Crespo López y Sara Geovanna Sancán Moreno**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **“La Creación de una Microempresa Ecológicamente responsable enfocada en la Elaboración Artesanal, Distribución y Marketing de la Cáscara de Naranja Deshidratada y Caramelizada”**, previa a la obtención del Título de **INGENÍERAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 9 días del mes de Septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Carla Yadira Crespo López

Sara Geovanna Sancán Moreno



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Carla Yadira Crespo López y Sara Geovanna Sancán Moreno**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **La Creación de una Microempresa Ecológicamente responsable enfocada en la Elaboración Artesanal, Distribución y Marketing de la Cáscara de Naranja Deshidratada y Caramelizada**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de Septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Carla Yadira Crespo López

Sara Geovanna Sancán Moreno

AGRADECIMIENTO

Durante este tiempo que ha durado nuestra trayectoria como estudiantes hemos experimentado el deseo de absorber el conocimiento y más aun tratándose de una carrera muy poco explorada, es por eso que haber llegado a culminar nuestros estudios académicos nos llena de satisfacción y orgullo. Este logro no hubiera sido posible si no hubiéramos tenido maestros dedicados que transmitieron su saber desinteresadamente, se nos viene a la mente muy especialmente nuestra Tutora Ingeniera Denise Baños Mora, quién con cariño y aprecio nos guio, pulió y nos hizo comprender la importancia de crear proyectos que conduzcan a la creación de una microempresa basada en el desarrollo sostenible, respetando el medio ambiente, la sociedad y coadyuvando a la creación de alternativas de economía-social.

No podemos dejar de mencionar el agradecimiento absoluto a nuestra querida Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas lugar donde nos cobijaron forjándonos como profesionales de bien y ser en el futuro entes productivos y útiles para la sociedad.

Las siguientes líneas van a ser dedicadas con mucho amor a nuestro papi Dios, quien siempre nos ha guiado y ha bendecido nuestro camino, así también agradecemos a nuestros padres, familiares y buenos amigos quienes siempre se preocuparon impulsándonos a seguir adelante, ahora es el momento de disfrutar la culminación de esta carrera que escogimos avanzando seguras en la profesión que escogimos.

CARLA YADIRA CRESPO LÓPEZ
SARA GEOVANNA SANCÁN MORENO

DEDICATORIA

Dedico mi Trabajo de Titulación a Dios y la Virgen de Guadalupe por haberme dado la salud suficiente de haberme permitido llegar a esta meta de la carrera profesional Gestión Empresarial Internacional Trilingüe. De manera muy especial, a los seres que darían la vida por mí, por quienes debo de mejorar día a día, mis padres Eduardo Crespo López y Carmen López Carmona por haber sido mis pilares fundamentales en cada momento, ya que con su amor, paciencia y sabios consejo me supieron orientar en este difícil camino estudiantil. A mi hermano Joaquín Crespo López y también mis abuelitas que siempre estuvieron apoyándome en cada momento de mi larga vida universitaria, y por ultimo a Luis Correa y Ángel Herrera quienes son como mis hermanos ya que siempre estuvieron dándome palabras de aliento en todas las ocasiones, cuando muchas veces nadie creía en mí.

CARLA YADIRA CRESPO LÓPEZ

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este Trabajo de Titulación a mi creador señor Jesús, quien con cariño y mucho amor me ha bendecido y guiado por la vida, ahora he culminado la meta de haber llegado al término de la carrera profesional que escogí como es Gestión Empresarial Internacional, es por ello que con mucho agradecimiento elevo una plegaría a mi Dios agradeciendo de corazón todas sus bendiciones que ha irradiado en mi vida.

En segundo lugar, esta mi señora madre Patricia Lileana Moreno Calle,(†) recordarla a ella es reconocer con mucho cariño que siempre fue una mujer abnegada, comprometida como madre por mi forjamiento profesional y personal, demostrándome en vida su cariño, afecto y amor, es a ella a quien también le dedico este Trabajo de Titulación, sin su cuidado, protección y amor no hubiera sido posible haber avanzado y culminado la carrera que escogí. Punto aparte es el aporte de mi señor padre Johnny Vicente Sancán Larrea, quien al igual que mi madre me motivo e impulso, pero sobre todo me dio su amor incondicional; mención aparte es para mi abuela Obdulia Elorentina Larrea Anchundia, mi tía Azucena Monserratte Sancán Larrea, mis hermanos Jesús Elías, Dallyanara Alejandra y mi familia, quienes me acompañan hasta ahora en este logro obtenido, a todos ellos les doy las gracias y les dedico con todo mi amor esta obra.

SARA GEOVANNA SANCÁN MORENO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

ING. BAÑOS MORA, PATRICIA DENISE

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
DEDICATORIA	VII
CALIFICACIÓN.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
RÉSUMÉ.....	XX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 Tema de Proyecto	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.3 Justificación	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2 Objetivo Específico	4
1.5 Marco Teórico.....	4
1.5.1 Análisis PEST	4
1.6 Marco Legal	7
1.6.1 Objetivo Legal.....	7

1.6.2 Análisis Legal.....	8
1.6.3 La compañía anónima:.....	8
1.6.4 Los requisitos para la Escritura Pública de constitución contendrán: ...	8
1.6.5 Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.....	9
1.6.6 El costo del permiso de funcionamiento.....	9
1.6.7. Registro de Patente: PERSONAS NATURALES	9
1.6.8 Pasos del trámite:	10
1.7 Fundamentación Legal.....	10
1.7.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	10
1.7.2 Permisos y patentes Municipales	11
1.7.3 Permisos del Cuerpo de Bomberos	11
1.7.4 Afiliación a la cámara de comercio.....	12
1.8 Teoría de las cinco Fuerzas de Michael Porter.....	12
1.8.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES (MEDIO BAJO).....	13
1.8.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES (MEDIO ALTO).....	13
1.8.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS (MEDIO ALTO).....	13
1.8.4 RIESGO DE INGRESOS DE NUEVOS COMPETIDORES	13
1.8.5 REVALIDAD ENTRE COMPETIDORES (MEDIA) Y RENTABILIDAD MEDIA	13
1.9 Regla de las Tres Erres	14
1.10 Hipótesis de la Investigación	15
1.11 Metodología	15
1.11.1 Métodos.....	15
1.11.2 Técnicas	15
CAPÍTULO II	17

2.1 Antecedentes Históricos	17
2.2 Importancia de la Naranja.....	17
2.3 Morfología del fruto de la naranja.....	17
2.4 Propiedades	19
2.5 Características del sector	20
2.6 Variedades	21
2.7 Empaques	22
2.8 Marcas	22
2.9 Usos	22
2.10 Productos derivados.....	23
2.11 Características de la producción del bien o servicio	23
2.12 Características Generales	25
2.13 Flujoograma de Proceso.....	26
2.14 Requerimiento de Material	27
2.14.1 Grafico Requerimiento de Materiales	28
2.15 Requerimiento de equipos y muebles de oficina.....	32
2.16 Capacidad de las Máquinas.....	32
2.16.1 Capacidad del Deshidratador de Cáscaras de Naranjas	32
2.16.2 Capacidad de Caramelizado de cáscaras de Naranjas.....	33
CAPÍTULO III	34
3.1.1 Situación Actual.....	34
3.1.2 La Problemática	34
3.2 Misión.....	34
3.3 Visión.....	35

3.4 Organigrama	35
3.4.1 Jefe del Proyecto	35
3.4.2 Operador de Máquina	36
3.4.3 Chofer	37
3.5 Forma de Contratos.....	37
3.6 Análisis Matriz FODA	37
3.6.1 Matriz Estratégica FODA	38
CAPÍTULO IV.....	40
4.1 Investigación del Mercado.....	40
4.2 Identificación del Problema	40
4.3 Objetivos de la Investigación	41
4.3.1 Objetivos Generales	41
4.3.2 Objetivos Específicos	41
4.4 Metodología de la Investigación	41
4.4.1 Investigación Exploratoria.....	41
4.4.2 Investigación Descriptiva	42
4.5 Diseño de la Investigación.....	42
4.6 Segmentación.....	42
4.6.1 Segmentación demográfica:.....	42
4.7 Recolección de Información	43
4.8 Técnicas de Investigación	43
4.8.1 Encuestas.....	43
4.9 Estudio de Mercado.....	43
4.9.1 Análisis de Mercado Meta	44

4.9.2 Descripción de la Muestra	44
4.9.3 Modelo de la Encuesta	46
4.9.4 Tabulación de Datos	48
4.9.5 Entrevista	60
4.10 Conclusión del Estudio de Mercado	62
4.11 Análisis de Oferta.....	63
4.12 Análisis de Demanda	63
4.13 Marketing Mix	63
4.13.1 Producto	63
4.13.2 Precio.....	67
4.13.3 Plaza	69
4.13.4 Promoción	69
4.14 Matriz BCG.....	70
CAPÍTULO V.....	72
5.1 Estudio Financiero.....	72
5.2 Objetivos del estudio de inversión y financiamiento	72
5.3 Inversión del Proyecto	72
5.4 Proyección de Demanda del Producto.....	73
5.5 Salarios.....	75
5.6 Proyección de Ingresos Costos y Gastos	76
5.5.1 Estimación de costos Variables	76
5.6 Costos Totales	78
5.7 Estimación de Gastos	78
5.7.1 Gastos Legales.....	78

5.7.2	Gastos Servicios Básicos.....	79
5.8	Financiamiento del Proyecto.....	80
5.9	Flujo de Caja Proyectado	80
5.10	Costo de Capital Propio	81
5.11	Tasa Interna De Retorno	81
5.12	Valor Actual Neto	82
5.13	Análisis de Sensibilidad	82
CAPÍTULO VI.....		83
6.1	Conclusión y Recomendación	83
BIBLIOGRAFÍA.....		85
GLOSARIO		86
ANEXOS		87

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla No. 1: Composición Nutricional de la Naranja.....	19
Tabla No. 2: Edad de las personas Encuestas	59
Tabla No. 3: Inversión Inicial	73
Tabla No. 4: Demanda del Mercado.....	74
Tabla No. 5: Demanda Unidades Anuales.....	74
Tabla No. 6: Salarios de los Empleados	75
Tabla No. 7: Salarios de los Empleados y Totales Mensuales.....	75
Tabla No. 8: Incremento de Salarios	75
Tabla No. 9: Costo Elaboración de la Cascara Deshidratada.....	76
Tabla No. 10: Costo Elaboración de la Cascara Caramelizada.....	77
Tabla No. 11: Ahorro en Costo de Impresión.....	77
Tabla No. 12: Ahorro en Costos.....	77
Tabla No. 13: Costos Totales	78
Tabla No. 14: Gastos Legales	78
Tabla No. 15: Gastos Servicios Básicos	79
Tabla No. 16: Inflación del Año 2009 – 2013	79
Tabla No. 17: Tabla Amortización de la Deuda	80
Tabla No. 18: Flujo de Caja	81
Tabla No. 19: Resumen de Escenarios.....	82

Figura No. 1	5
Figura No. 2	6
Figura No. 3	12
Figura No. 4	18
Figura No. 5: Deshidratadores de las Cáscaras de Naranjas.....	24
Figura No. 6: Elaboración de la Caramelización de las cáscaras de naranjas	25
Figura No. 7: Entrevistadas Vía Online: Marta Villén y Mónica Villén.	60
Figura No. 8	64
Figura No. 9: Participación Relativa de la Empresa en el Mercado	71
Figura No. 10: Distribución de la Economía Nacional Socioeconómica.....	73
Figura No. 11: Muestra Final de la Cascara Deshidratada	87
Figura No. 12: Muestra Final de las Cascaras Caramelizadas.....	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación?.....	48
Gráfico 2: Si contesto SI ¿Por qué razón considera que es importante cuidar su alimentación?	49
Gráfico 3: ¿Suele consumir productos saludables durante el día?.....	50
Gráfico 4: ¿Con que frecuencia consume productos saludable?	51
Gráfico 5: ¿Suele tomar snack entre comidas?	52
Gráfico 6: Si su respuesta fue SI ¿Qué características busca cuando compra un snack?	53
Gráfico 7: ¿Le gustaría probar un snack que sea 100% natural y que fuera bueno para su salud?	54
Gráfico 8: ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por un snack nutritivo?	55
Gráfico 9: ¿Conoce snacks que contenga cascara de naranja?	56
Gráfico 10: ¿Conoce las propiedades de la cascara de naranja?	57
Gráfico 11: Estaría dispuesto(a) a consumir un snack 100% natural, que brinde nutrientes a su cuerpo y que tenga cascara de naranja.....	58

RESUMEN

El presente proyecto expone la creación de un producto que está basado en el desarrollo sostenible, puesto que es amigable con el medio ambiente, la sociedad y además contribuye con el flujo económico.

Este trabajo utiliza como materia prima la cascara de naranja, la cual muchas personas lo ven como desperdicio, siendo esta una oportunidad de negocio que resulta rentable y que además puede ser consumido por todas las personas.

Se han utilizado diferentes análisis como PEST: (Político, Económico, Social y Tecnología), el análisis FODA, para poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el mercado al que se puede ingresar. Por otro lado, con los estudios realizados se ha podido desarrollar estrategias que permiten identificar los posibles errores y hacer favorable este proyecto.

El método utilizado en este proyecto es el descriptivo, usando la investigación cuantitativa. Este producto de cáscaras de naranja deshidratadas y acarameladas es nuevo en el mercado Guayaquileño, además está dirigido al público en general por su alto nivel de vitaminas, el único elemento inestable es el socio-económico.

Finalmente para la toma de decisiones se determinó que el proyecto es rentable ya que se realizó un estado financiero el cual arrojo cifras positivas y con la ayuda del financiamiento del Banco del Pacifico se podrá llevar a cabo este proyecto de elaboración artesanal y generar utilidades en el tercer año de funcionamiento.

Realizando la respectiva demanda podemos darnos cuenta, que los costos unitarios de nuestros productos deben de ser mayor a 0,45 centavos ya que de esta manera obtendremos mejores ingresos, con la información recopilada y de acuerdo con lo proyectado, el VAN es de \$1.336,50, una TIR 14,69%, lo cual se ha determinado que el proyecto es rentable.

Palabras Claves: Desarrollo sostenible, cáscara de naranja, método descriptivo, Vitaminas, Rentabilidad, desperdicio.

ABSTRACT

This current project proposes the creation of a product that is based on sustainable development, since it is friendly to the environment, the society and contributes to the economic flow.

This work uses, as raw material, the orange peel, which many people see it as waste, though this is a business opportunity that is profitable and which can be consumed by all people.

Different analyses, such as PEST: (political, economic, Social and technology), and SWOT analysis have been used, to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the market that you can enter. On the other hand, with studies undertaken, it has been possible to develop strategies that help identify potential errors and make this project favourable.

The method used in this project is the descriptive one, using quantitative research. This product of caramelized and dehydrated orange peels is new in the Guayaquil market. Moreover, it is aimed at the public in general for its high level of vitamins; the only unstable element is the socio-economic one.

Finally, for the decision-making it was determined that the project is profitable since a financial statement that was elaborated gave positive figures, and with the funding help from Banco del Pacifico, the carrying out of this artisan project will be possible, generating profits in the third year of operation.

Testing out the respective demand we can realize, that the unit costs of our products must be greater than 45 cents thus we will obtain better income. VAN is \$1.336,50, a 14.69% IRR, which determines that the project is profitable.

Key words: Sustainable development, Peel Orange, descriptive method, vitamins, profitability, waste.

RÉSUMÉ

Le présent projet propose la création d'un produit fondé sur la notion développement durable, puisqu'il se base dans les trois piliers de ce principe qui concerne l'environnement, la société et l'économique.

Cette étude utilise comme matière première, l'écorce d'orange, lequel pour beaucoup de personnes est considéré comme déchet, mais on le voit comme une opportunité d'affaire rentable.

Des Différentes analyses ont été utilisées comme PEST : (Politique, Économique, Social et la Technologie), et l'analyse FODA, pour pouvoir identifier les forces, les opportunités, les faiblesses et les menaces sur le marché dans lequel on veut opérer. D'un autre côté, avec les études réalisées on a pu développer les stratégies qui permettent d'identifier les erreurs possibles et les tourner favorable.

La méthode utilisée dans ce projet est descriptif, en utilisant la recherche quantitative. Ce produit d'écorce d'orange déshydratées et confites est nouveau sur le marché Guayaquileño, de plus il est dirigé au public en général par son haut niveau de vitamines, cependant le seul élément instable est le socio-économique.

Finalement pour la prise de décisions on a déterminé que le projet est rentable d'après les résultats obtenus dans l'étude financière.

En réalisant la demande respective on peut se rendre compte, que les prix unitaires de nos produits sont probablement plus grands à 0,45 centimes puisque de cette façon on obtiendra plus rentabilité

Mots Clés : le Développement durable, l'écorce d'orange, la méthode descriptive, la Vitamines, la Rentabilité, le gaspillage.

INTRODUCCIÓN

Las frutas son, quizás, los alimentos más llamativos por su diversidad de colores y formas. Pero además de lo que muestran a simple vista, forman parte de los alimentos con mayor cantidad de nutrientes y sustancias naturales altamente beneficiosas para la salud. (Licata, 2014). El consumo de frutas y verduras variadas garantiza un consumo suficiente de la mayoría de los micronutrientes, de fibra dietética y de una serie de sustancias no nutrientes esenciales. Además, el aumento del consumo de frutas y verduras puede ayudar a desplazar los alimentos ricos en grasas saturadas, azúcares o sal. (Organización Mundial de la Salud, 2014)

La naranja es una de las frutas más importantes que puede consumirse en todas las edades y altamente recomendada en muchos casos de enfermedad, especialmente en forma de jugo. (Olascoaga, 1991). La naranja tiene muchas propiedades naturales que pueden ser aprovechados por las personas, además es una fruta que se la puede consumir todo el año. Esta fruta es principalmente utilizada para hacer jugos y refrescos en la mayoría de países, pero cuando es procesada para obtener el jugo, queda el residuo que está conformado por cáscara y semillas, los cuales se convierten en desecho para la mayoría de personas y son arrojados al tacho de basura. Este llamado desecho tiene muchas características que son beneficiosas para el cuerpo como por ejemplo, a nivel digestivo, ya que contiene propiedades anti-inflamatorias que ayudan a la digestión. También las vitaminas que contiene la cáscara la transforman en antioxidantes naturales que mejoran el sistema inmune y combate infecciones, así como los flavonoides y otros elementos que componen la fruta disminuyen el nivel de colesterol. Si las personas comen cáscara de naranja podrán ver cambios tanto en la piel y organismo a los pocos días de consumirla

El presente proyecto nace de la necesidad de brindar un producto nutritivo aprovechando al máximo todas las partes de la naranja, enfocándose en lo que muchas personas desechan, la cáscara; elaborando artesanalmente productos naturales, que tengan un excelente sabor y que sean sanos, inclusive aprovechamos el bagazo para abono natural que es de mucho beneficio para el suelo agrícola. De esta manera somos amigables con el medio ambiente.

CAPÍTULO I

1.1 Tema de Proyecto

La Creación de una Microempresa Ecológicamente responsable enfocada en la Elaboración Artesanal, Distribución y Marketing de la Cáscara de Naranja Deshidratada y Caramelizada

1.2 Planteamiento del Problema

Estamos en un mundo donde a veces pese a contar con un producto competitivo en las empresas pequeñas, no están en condiciones de emprender las tareas necesarias para convertirse en empresas medianas. Sin embargo este micro negocio se basa en los tres pilares fundamentales del desarrollo sostenible que son la sociedad, la economía y el medio ambiente, estos son muy importantes para nuestro entorno y sobre todo si se quiere competir con los miles de negocios industrializados, que en su gran mayoría no toman en cuenta estos tres factores sino más bien su propio bienestar económico.

En la actualidad el mercado de productos naturales ha tomado gran impulso alrededor del mundo, por la necesidad de cuidar a las generaciones futuras. Es muy conocido que nuestros antepasados vivían mucho más que las generaciones actuales esto es debido al cambio de estilo de vida, que está relacionado con la falta de calidad de productos de consumo.

Es por esto que vimos la necesidad de comercializar un producto que sea sano y nutritivo, usando la riqueza natural de nuestro hermoso país. En Ecuador se cultiva básicamente la naranja en todo el año pero su mayor producción se da en el verano, para el consumo local, es importante recalcar que la posición de dichos bienes en el mercado local se ve afectado por diversos factores, ya que este producto no es conocido en nuestro medio y los productos ecológicos son pocos consumidos por nuestra sociedad, por la falta de información acerca de los mismos.

Hay que especificar que el proyecto a más de enfocarse en la producción y elaboración artesanal de las cáscaras deshidratada y caramelizadas, quiere acaparar a personas deportistas, y niños con el fin de evitar que consuman otros productos que hacen daño, proponemos es para proponer un producto

que sea amigable con el medio ambiente y con la salud de las personas, así de esta manera llegar a posesionarse en el mercado ecológico.

Además se desea recalcar que la idea de este proyecto es innovar y tratar de incentivar impulsar a otros emprendedores, a buscar nuevas formas de ofrecer a los consumidores, productos nuevos, aprovechando los recursos naturales de nuestro país, cabe mencionar que nuestro país es riquísimo en su flora y fauna a nivel mundial. Todas las regiones de nuestro país tienen tierras en las que se puede cultivar y aprovechar todos los nutrientes del suelo.

1.3 Justificación

Este proyecto se lo realizará, puesto, que hoy en día en el mercado guayaquileño existen pocos snack que sean nutritivos y sanos, sin embargo las personas poco a poco están tomando conciencia, de que deben consumir productos saludables, es por eso que ingresar o consolidarse en el mercado orgánico y principalmente posibilitar la incursión de una microempresa en esa actividad es importante. Para atraer a consumidores potenciales se puede disminuir los costos para aumentar las posibilidades de que las personas acepten esta nueva idea en el mercado orgánico.

Es posible encontrar en Guayaquil mercados donde venden productos de economía de grande y mediana escala, con una economía desarrollada, donde la competencia de empresarios da lugar a buscar posibles socios, que estén dispuestos a vender sus productos en mercados seleccionados.

Este proyecto está encauzado en el desarrollo económico del país, a través de las cáscaras de naranjas desechadas, ya que solo se utiliza su corteza para la extracción del jugo. Debemos considerar de tal forma, la atención y promoción micro empresarial, desde el propio ámbito local, capacitaciones ecológicas, búsqueda de financiamiento, asesoramiento en el mercado orgánico local, etc, como elementos necesarios. Estos elementos son necesarios para contribuir al objetivo, con la ayuda de, datos de evolución histórica, costos y beneficios.

Con este proyecto, se rompen los paradigmas de división en una cultura ecológica, que no ha sido valorizada como es debido y enseñarle a las personas los beneficios y ventajas que tienen los productos naturales para la salud. Es necesario que las generaciones actuales y futuras sean informadas de la importancia de cuidar el cuerpo sobre todo con los alimentos que se consumen día a día.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un análisis del sector ecológico en la ciudad de Guayaquil, para así posicionarnos en la mente de nuestros consumidores como un producto 100% natural y nutritivo.

1.4.2 Objetivo Específico

- Analizar el mercado potencial que consume snack naturales y nutritivos.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial del sector de alimentos nutritivos.
- Evaluar los posibles impactos que se derivan de los productos ecológicos y la influencia en el crecimiento del mercado.
- Analizar las diferentes variables de micro-entorno en el mercado que pueden afectar nuestro producto.
- Crear una buena estrategia de marketing con el fin de tener una ventaja competitiva en el mercado ecológico.
- Calificar el nivel de competencia existente en el mercado Guayaquileño.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Análisis PEST

El modelo Pest, son las abreviaturas de aspecto Político, Económico, Social y Tecnológico, el cual identifica los factores específicos del entorno general que pueden influir en la empresa al momento de realizar un estudio de unidad de negocio. Este análisis se desarrolla antes de llevar a cabo el análisis FODA en el marco de la planificación estratégica.

Este modelo surge para explicar las diferentes herramientas estrategias de una microempresa, ya que estos factores pueden afectar en sus aspectos de oferta y demanda, en especial los costos del proyecto.

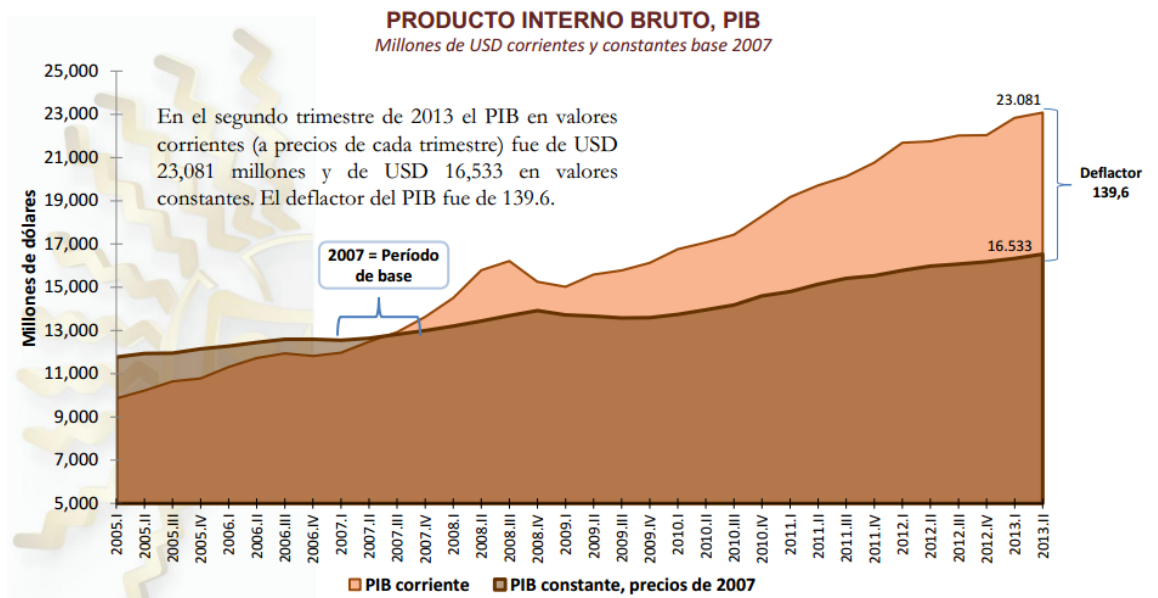
1.5.1.1 Político

La Federación Nacional de Cámaras de la Pequeña Industria (FENAPI) está buscando realizar una ley para las microempresas.

- Este proyecto presentado al Gobierno ecuatoriano contiene 15 hojas en la cual está redactado concretamente, que una microempresa cuando una persona jurídica o normal debe de cumplir con un ingreso anual de 7001 dólares, con un personal mínimo de once personas a un máximo de 50 personas y con un ingreso de hasta 10000 dólares. (Quito 2003 diario Hoy).
- Normativas Sanitarias de Alimentos.
- Se está en la espera de las etiquetas verdes.
- El gobierno cuenta con la campaña de nutrición en escuelas y colegios.

1.5.1.2 Económico

Figura No. 1



Banco central del Ecuador.

- Actualmente se está hablando de un incremento del PIB desde el 2007 como periodo de base, con un deflactor de 139,6.
- Indicadores económicos

Figura No. 2

Indicador	Período				
	Anual				
	2010 (p)	2011 (p)	2012 (p)	2013 (e)	Variación ¹
Sector Real / Precios / Sector Externo / Deuda					
PIB (nominal) (mill. USD)	67,627	77,700	84,532	90,326	▲
PIB (real) (mill. USD)	56,112	60,279	63,293	65,860	▲
Crecimiento real del PIB (%) ²	2.8%	7.4%	5.0%	4%	▲
Inflación anual (a diciembre de cada año) (%)	3.33	5.41	4.16	6.06	▲
Inversión extranjera directa (mill. USD)	163	639	587		
Exportaciones FOB (mill. USD)	17,490	22,322	23,852	25,305	▲
Exportaciones no petroleras FOB (mill. USD)	7,742	9,377	10,056	10,799	▲
Importaciones FOB (mill. USD)	19,469	23,010	24,042	25,604	▲
Balanza comercial (mill. USD)	-2,053.00	-687.19	-189.52	-300	▲
Balanza comercial no petrolera (mill. USD)	-7,683	-8,546	-8,545	-8,689	▲
Remesas emigrantes (mill. USD)	2,591	2,672	2,446		
Deuda externa privada (mill. USD)	5,306	5,248	5,137		
Deuda externa pública (mill. USD)	8,671	10,055	10,871		

Banco central del Ecuador.

- PIB Ecuador (2013): 90, 326 mil millones de dólares con un incremento anual de un 4% indica un incremento notable del país y para el desarrollo de nuevas microempresas.
- Tasa de desempleo baja del 4.50%, incrementar el empleo con nuevas microempresas.
- El impuesto es de 22% a la renta corporativa una oportunidad para las microempresas.
- La tarifas de interés activa 8.15% anual, con este porcentaje no es factible realizar préstamos con fines de inversión.

1.5.1.3 Social

- Nuestros clientes y Público

- ✓ Deportistas que cuidan su salud
 - ✓ Personas que desean un cambio de estilo de vida
 - ✓ Realizar una buena nutrición
 - ✓ Plan de alimentación en consumir productos nutritivos.
- Los consumidores serán clientes de todas las edades.
 - La evolución al aprendizaje de realizar deportes y cuidar de su salud es cada vez más notable en la ciudad de Guayaquil por niños, jóvenes y adultos.
 - El conocimiento de los nutrientes que poseen las cáscaras de naranjas es importante para que sean consumidas con facilidad.

1.5.1.4 Tecnología

- El transporte será acorde a las necesidades de la microempresa y un chofer al cual estará encargado de recolectar las cáscaras de naranjas en diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil con los proveedores establecidos.
- La publicidad será realizada por medio del internet; ya que es un medio eficaz para llegar a diferentes clientes.
- Las máquinas deshidratadoras son de alta tecnología, ya que serán importadas desde España para la elaboración de las frutas deshidratadas.
- Se contarán con recipientes de alta ocupación gastronómica para la elaboración de las cáscaras caramelizadas.
- Uno de los mayores inconvenientes que presentamos en el Ecuador es la falta de tecnología, para elaborar, procesar o transformar la materia prima se requiere maquinarias sofisticadas que solo se encuentran en otros países.

1.6 Marco Legal

1.6.1 Objetivo Legal

Definir la posibilidad legal y social que existe para que el negocio se constituya bajo los parámetros fijados por la ley.

1.6.2 Análisis Legal

La micro empresa será constituida en una sociedad anónima por la flexibilidad que esta da.

1.6.3 La compañía anónima:

- Es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones negociables formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La S.A. requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución.
- Para efectos fiscales y tributarios esta compañía es una sociedad de capital.
- El capital suscrito mínimo es de \$800, dividido en acciones negociables.
- El nombre de la sociedad comúnmente es a su objeto, y se agrega las expresiones S.A.
- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución.
- La S.A. es solemne y se celebra mediante escritura pública que será aprobada por la Superintendencia de Compañías, e inscrita en el Registro Mercantil.

1.6.4 Los requisitos para la Escritura Pública de constitución contendrán:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Su denominación y duración.
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
- El domicilio de la compañía.
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas de reparto de utilidades

- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

1.6.5 Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

1.6.6 El costo del permiso de funcionamiento

Los costos de permiso de funcionamiento varían dependiendo del tipo de local del que se trate. No obstante, según una nota publicada por diario El Universo estos son algunos costos promedios:

- Establecimientos médicos: Laboratorios de diagnóstico (\$ 28,80), farmacias (17,28) y veterinarias (5,76).
- Panaderías: Grandes industrias (\$ 86,40), medianas (57,60), pequeñas (34,56), artesanales (11,52) y microempresas (5,76).
- Restaurantes: Entre 11,52 y 288 dólares.

1.6.7. Registro de Patente: PERSONAS NATURALES

Requisitos generales:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”

- Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- 5. Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

1.6.8 Pasos del trámite:

1. Solicitar el formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales” en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja). El valor de la tasa de trámite para el pago de patente, se incluirá en el Comprobante de Pago de la liquidación de dicho impuesto.

2. Llenar la solicitud con letra imprenta o máquina.

3. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja), donde se le indicará el monto de la liquidación correspondiente. (No se aceptará documentación incompleta, incorrecta o ilegible).

4. Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones el valor de la liquidación.

1.7 Fundamentación Legal

Para que una micro empresa de cualquier tipo, en este caso de elaboración artesanal y distribución de cáscaras de naranja caramelizadas y deshidratadas empiece a funcionar en el mercado se debe cumplir con algunos requisitos legales fundamentales como:

1.7.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El RUC es el primer paso para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, este permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de

impuestos, este documento se lo tramita en cualquiera de las oficinas del SRI (Servicio de Rentas Internas).

Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- ✓ Presentar el documento original del registro de la sociedad
- ✓ Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionará la microempresa.
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tiene ningún costo monetario.

1.7.2 Permisos y patentes Municipales

Este permiso o documento, da cumplimiento a la ordenanza municipal y se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre Municipalidad de Guayaquil, para obtener estos documentos se debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente.

1.7.3 Permisos del Cuerpo de Bomberos

Este permiso da cumplimiento a la Ley contra incendios y es otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. Después que un equipo asignado haya inspeccionado la instalación, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ✓ Inspección por parte del Inspector del Cuerpo de Bombero.
- ✓ Instalación en muy buena condición.
- ✓ Tener un extintor.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad.
- ✓ Copia de papeleta de votación

1.7.4 Afiliación a la cámara de comercio.

Esta afiliación es otorgada por la cámara de comercio donde se vaya a realizar la actividad comercial, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Guayaquil ubicada en

Para afiliarse a la Cámara de Comercio de Guayaquil se debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud para nuevo socio CCG; firmada debidamente por el socio.
- ✓ Copia de Cédula de identidad (claras y legibles).
- ✓ 1 Foto tamaño carnet.
- ✓ Formulario Autorización de Débito Bancario firmada por el Socio. (Formulario PDF)

- ✓ Nota: En caso de requerir Matrícula de Comercio, puede efectuarlo a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil. (VER ANEXO 1)

1.8 Teoría de las cinco Fuerzas de Michael Porter

Figura No. 3



Fuente: <http://www.isc.hbs.edu/> - <http://www.hbs.edu/>

1.8.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES (MEDIO BAJO)

- La compra de la Materia prima es bajo su costo
- Los productos son de variedad
- Los costos por cambiar de proveedor son bajos.

1.8.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES (MEDIO ALTO)

- Venden un producto que es un insumo importante para el comprador
- La Microempresa si es un cliente importante para ellos
- No hay sustituto a los que venden

1.8.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS (MEDIO ALTO)

- El mercado está compuesto por una diversidad de productos deshidratados (frutas) y golosinas naturales pero es un mercado muy pequeño (está en pañales).

1.8.4 RIESGO DE INGRESOS DE NUEVOS COMPETIDORES

- Economía de escala
- Diferenciación del producto
- Inversión importante.
- Posicionamiento de marcas de snack ecológicos.
- Mercado nuevo y en desarrollo.

1.8.5 REVALIDAD ENTRE COMPETIDORES (MEDIA) Y RENTABILIDAD MEDIA

- Mercado nuevo en pleno desarrollo
- Poco número de competidores

Crecimiento lento del sector

1.9 Regla de las Tres Erres

Esta es una regla que será aplicada al proyecto ya que es ecológicamente responsable, esto permitirá reducir el exceso de basura que se encontrara en la ciudad de Guayaquil, ya que esto permitirá ahorrar dinero y tener un consumo ecológico en la sociedad.

Lo interesante es ser amables con el medio ambiente, ya que en las últimas décadas se está explotando los recursos naturales, ya que se debe de tener un lenguaje verde, dinámico y creativo.

Probablemente no todas las empresas están aplicando la regla de las tres R Reduce, Recicla y Reutiliza.

1. Reducir: Esto se puede aplicar de dos maneras, reducción del consumo de bienes y eliminar la cantidad de materiales destinado a un solo uso.

Procurando no desperdiciar las materias primas de diferentes productos, en este caso sería la cáscara de la naranja. Utilizar menos recursos que contengan químicos, energía, fabricación de algunos productos procesados ya que esto minimizaría la contaminación de nuestra ciudad. (Abril 15, 2013 Marianli Suarez Valera)

Reutilizar: todos los productos pueden alargar su vida útil, desde que se compra hasta utilizarlo de otra forma que sea útil para nuestra vida. La mayor parte puede tener una vida útil sean preparándolos o implementando la imaginación. Esto evitaría tener residuos y evitar la contaminación. (Abril 15, 2013 Marianli Suarez Valera)

2. Reciclar: esta es la más popular de todas, ya que existen empresas en el Ecuador que están elaborando productos, e implementando el reciclado del envase. Pero también existe la posibilidad de reciclar algunos productos por el método de ciclo biológico de la materia.

Existen muchas razones para aplicar el reciclado, ahorrar recurso, también se disminuye la contaminación, tiene un periodo largo de existencia el producto y reduces el 80% del espacio que ocupan los objetos que no estamos utilizando. (Abril 15, 2013 Marianli Suarez Valera)

1.10 Hipótesis de la Investigación

Ecuador es un país muy productivo en frutas cítricas como la naranja que es consumida por todos sus habitantes. En la ciudad de Guayaquil tendrá un impacto positivo la producción de las cáscaras deshidratadas y caramelizadas, ya que es un factor lucrativo y factible en función del mercado. Es preciso tener en cuenta que tiene muchas probabilidades comerciales y financieras que existen para su elaboración, asimismo de su aprobación y satisfacción por su condición y aportación alimenticia a los clientes.

1.11 Metodología

1.11.1 Métodos

Empirismo: parte de leer los sucesos, recolectando ideas claras y luego descifrar las respuestas.

Inductivo: parte de una forma de razonar que lleva a un proceso analítico-sintético.

Es anunciar la participación, la elaboración y llegar hasta la comercialización en el mercado ecológica.

Obteniendo información de diferentes fuentes, teniendo como referencias de otras empresas sus análisis y perspectiva del mercado.

1.11.2 Técnicas

Para poder realizar este proyecto se llevara a cabo dos tipos de investigaciones cuantitativas es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables así como las cualitativas hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas (Pita Fernández, S., Pértegas Díaz, S 2002, p.76-78)¹.

- **Encuestas**

Según Tres palacios, Vázquez y Bello, son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población,

¹Adbellah FG, Levine E. Preparing Nursing Research for the 21 st Century. Evolution. Methodologies, Chalges. Springer: New York; 1994

especificar las respuestas y determinar el método empleado para recolectar información que se vaya obteniendo².

- **Entrevistas a Expertos**

La entrevista es considerada como un ejercicio práctico de producción, ya que se consideran como una historia de cuentos y es utilizada por los miembros de la sociedad como logros coherentes en sus relatos. (Gubrium y Holstein Citados por Fontana y Frey 2005) ³

Enfoque de la Investigación

En este proyecto, se realizará dos tipos de investigación, estos se encuentran directamente asociados con las técnicas de investigación, (Hernández, Fernández y Baptista 2003).

- **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández, 2003 P. 115).

- **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Danhke (1989) Hernández 2003 P. 117).

Instrumentos de Recolección de Datos

- ✓ Bibliografías: entrevistas online con gerentes de microempresas similares, acudir a revistas, libros ecológicos y agropecuarios, leyes-reglamentos e internet. Directa: Vinculación entre el individuo y el propósito de la investigación
- ✓ Indirecta: recopilación de datos de situaciones hechas por otras individuos.

²Libro: Investigación de Mercados, de Trespalacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebron Laurentino, International Thomson Editores, 2005, P. 96.

³Revista CAES Vol.31,Nº1, Año 2011

CAPÍTULO II

Antecedentes

2.1 Antecedentes Históricos

La naranja es cultivada hoy en día en diferentes países del mundo. Esta fruta cítrica es originaria del continente Asiático, China y el Archipiélago Malayo, (*Citrus medica*) conocido en nombre griego, ya que en Europa durante el siglo III A.C la naranja obtuvo por primera vez una gran importancia. Cuando los romanos abrieron rutas en el mediterráneo desde el mar Rojo hasta India este fruto se introdujo en esta región. La naranja se extendió desde Europa hasta Estados Unidos llegando a Sudamérica quien Brasil es uno de los países con una producción del cítrico a nivel global. Esta fruta fue ignorada por varios años por los chinos, árabes y los hindúes, la cual no supieron importarlo al mediterráneo. Los genoveses fueron quien importó la fruta hasta el continente Americano en el año 1400 y más tarde los portugueses en 1548. Existen dos documentos italianos de los años 1471 y 1472 quienes respaldan que existían grandes huertos de naranjos.

2.2 Importancia de la Naranja

La fruta es de color naranja de sabor ácido tiene varias propiedades como la vitamina C, que tiene como objetivo ayudar a la formación de los huesos, resistencia a la infección, evita el sangrado y mantener la juventud, y para terminar lo más importante refuerza las defensas del cuerpo humano. El árbol florece todo el año y tiene su clasificación dependiendo de la estaciones del año, temprana, en el otoño, principios de invierno y primavera.

La naranja tiene un contenido nutricional importante que es la fibra, existen beneficios importantes asociados con la fibra: impide la absorción de sustancias como el colesterol y el mejoramiento de la glucosa en personas o pacientes diabéticos(Franco y col., 2001).

2.3 Morfología del fruto de la naranja

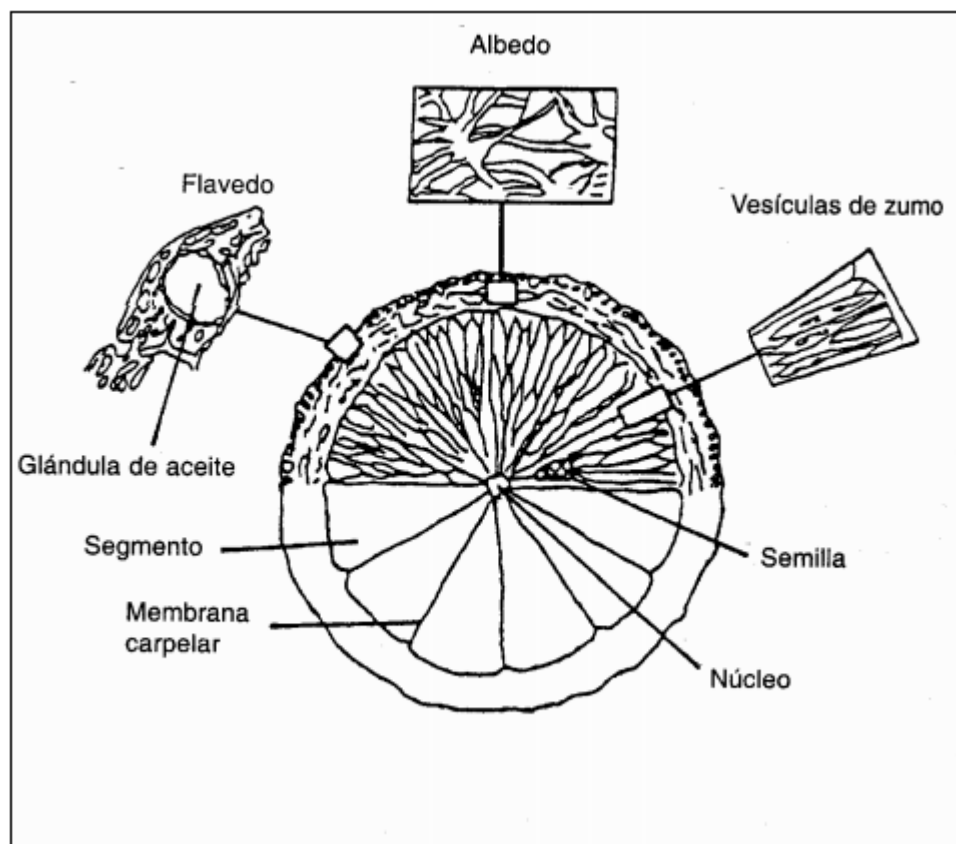
Figura No. 4 (Mazza, 2000) representación esquemática mostrando las partes más importantes de la naranja por medio de un corte.

El flavedo: es la parte exterior del tejido, existen las vesículas en el cual encontramos lípidos, cromoplastos y aceites esenciales (Yufero, 1998), estos confieren a la fruta color naranja amarillo o verde (Mazza, 2000).

El Albedo (mesocarpio), este tejido es formado por capas esponjosas de células de color blanco, quien es rico en pectina (Mazza, 2000), y abarca la mayor parte de la corteza. Este mismo tejido forma el corazón y ambos contienen los vasos que generan al futo agua y nutrientes (Yufera, 1998).

El Endocarpio: esta es la parte comestible para el ser humano y se forma por los carpelos o gajos, los cuales están formados por "vesículas" que generan el jugo (Yufera.1998).

Figura No. 4



2.4 Propiedades

La naranja es conocida por su alto contenido en vitamina C, que esta vitamina proporciona defensas al sistema inmunológico, pero también posee otras vitaminas A, B y G, fósforo, calcio, potasio y magnesio.

La vitamina B aporta al sistema nervioso.

La naranja está compuesta por varias vitaminas, estas ayudan a aumentar la vitalidad y rejuvenecer las células del organismo

El potasio por ejemplo brinda una protección a la hipertensión arterial ya que es un componente para la vida del ser humano.

La vitamina C brinda defensas al cuerpo humano para la protección de enfermedades, que puede ser un catarro, bronquitis, pulmonía, gripe, asma etc.

Con respecto al ácido cítrico se convierte en un fuerte desinfectante y depurativo que ayuda a limpiar residuos que se encuentran en distintos órganos del cuerpo. Sin embargo, existen otras propiedades de la naranja que protege el organismo de enfermedades cardiovasculares.

La cáscara de naranja residen partes de sus propiedades muy pocas conocidas por el ser humano, por esta razón no es recomendable desechar la cáscara. Este fruto es sabroso, se obtiene con gran facilidad ya que esta durante todo el año en el Ecuador.

La cáscara de naranja en tiempos antiguos solía ser muy utilizada para efectos digestivos, sus propiedades son valorados para problemas gástricos, reducir hinchazones, para combatir el estreñimiento y consumida por las personas diabéticas y deportistas. Ya que la piel de naranja se encuentra un componente llamado polifenoles, este tiene la capacidad de disolver el colesterol y los triglicéridos, luego de esto obtendrá muy buenos resultados para los deportistas que cuidan su salud cardiovascular.

Tabla No. 1: Composición Nutricional de la Naranja⁴

⁴ www.asofrucol.com.co

Agua	89 %
Proteína	0.7%
Carbohidratos	9 %
Fibras	0.7%
Cenizas	0.5 %
Calorías	35 Kcal
Calcio	19 Mg
Fosforo	22 Mg
Hierro	0.4 Mg
Acido Ascórbico	60 Mg

Fuentes los Autores

2.5 Características del sector

La naranja es originaria de Asia, específicamente de la zona sureste de China del archipiélago Malayo, es cultivada desde miles de años este fruto se expandió por todo el mercado de seda, la naranja dulce es mejor comercializada que la amarga.

El naranjo llegó a América por Cristóbal Colon hasta que en Brasil se descubrió una naranja más jugosa y sabrosa a mitad del siglo XIX.

Pertenece a la familia de los Rutáceos y su nombre científico el naranjo dulce (*Citrus Sinensis*) o el naranjo amargo (*Citrus Aurantium*). Este árbol puede vivir en un clima templado y cálido durante el invierno, el árbol es mediano existen variedades de árboles en formas frondosas o redondeadas, su hoja siempre tiene el color verde, con una forma ovalada y su tronco es color café de textura roñosa sus ramas están cubiertas por espinas grandes. La flor del Naranjo tiene un aroma exquisito ya que son llamadas hermafroditas. Su fruto es color verde, redondo su cáscara es gruesa, tiene 12 gajos de pulpa ácida y dulce de naranja.

La naranja es una fruta que se la debe de comer en ayuna o entre comidas ya que de esta forma no existirá fermentación en nuestro estómago.

La piel de la naranja sirve para empezar una digestión normal en nuestro cuerpo y poder evitar problemas cancerígenos entre ellos el páncreas.

En su originaria China esta fruta antes de ser esparcida por toda Europa y parte de América, fue tratada por varios años para que obtenga un buen sabor y aspecto.

2.6 Variedades

Los países de clima templado poseen un gran cultivo de naranjas con diferentes variedades que tienen una elevada importancia en nuestro mercado local. Dentro del comercio ecuatoriano existen tres variedades de naranjas, naval, blanca y sanguíneas y estas se subdividen en 21 variedades que son diferenciadas por su calidad, sabor (dulce o ácida), semilla, el tamaño y la textura de la piel.

Ecuador cuenta con la naranja blanca que es la más común también conocida como Valencia, su cosecha empieza en el mes de junio hasta noviembre, aunque esta fruta se la puede encontrar durante todo el año.

Estas son producidas en diferentes sectores como el Bolívar, Manabí, Tungurahua, Santo Domingo, Guayas, Esmeraldas y los Ríos. Su costo de ventas el productor vende el ciento de naranjas a 3 dólares cuando es temporada alta y cuando está en temporada baja sube a 6 dólares.

Navel: este es un árbol mediano su copa es redondeada y su apariencia es de color muy oscuro. El Navel se puede obtener tres variedades el Washington navel, caracará y ricalte. El árbol tiene una flor pequeña y por cada una se obtienen dos naranjas de formas ovaladas, su semilla interior es escasa tiene un sabor amargo y no se le encuentra mucho zumo es muy consumida para los jugos.

Blanca: este es un árbol grande vigoroso con ramas verticales pero es muy sensible al ambiente frío. Su fruto es redondo y un poco achatado en su interior no existen las semillas, tiene un tamaño grande y el zumo es de sabor dulce. Entre sus variedades más conocidas son dos la salustina y valencia late. Esta fruta es la más demandada a nivel mundial y permanece más tiempo en el árbol.

Sanguíneas: este árbol es mediano, su fruto contiene un pigmento rojo, soluble en el agua. Esto depende mucho del tipo de suelo que está el árbol, el clima y condiciones meteorológicas. El color de su corteza y pulpa no son uniformes, tiene una zona más coloreada que se encuentra en la punta de la naranja su cáscara es entrefina de color amarillo anaranjado con manchas acentuadas rojizas existen dos variedades muy conocidas como la senguinelli y doble fila.

2.7 Empaques

Para la comercialización de nuestro producto es necesario que se encuentren las cáscaras deshidratadas y caramelizadas. Es decir se debe seleccionar las cáscaras de calidad para realizar la elaboración del producto.

En el mercado existen muchas fuentes de donde se puede obtener las cáscaras de naranja sin ningún costo ya que estas son desechadas después de haber cumplido su actividad, estas van hacer seleccionada por fundas a un peso para poder medir la cantidad de cáscaras deshidratadas y caramelizadas.

El tratamiento que le daremos a estas cáscaras influyen tres partes:

1. Limpieza
2. Clasificación de las cáscaras de acuerdo a su estado composición
3. Traslado a nuestra microempresa para darle el acondicionamiento adecuado
4. Elaboración de nuestro producto.
5. Presentación al público de una forma ecológicamente responsable.

El empaque se realizará en funditas ecológicas, que obtenga la mejor conservación del producto.

2.8 Marcas

En general las empresas grandes son encargadas de ofrecer nuevos productos con nuevas marcas ya que su imagen y nombre son reconocidas por los clientes. Ya que se encuentran en supermercados e hipermercados son más fáciles de obtener con diferentes empaques.

Dentro del comercio ecológico de una microempresa, la obtención de un nuevo producto derivado de una fruta es necesario poseer una marca. Ya que nuestro producto es nuevo en nuestro mercado, y es importante llegar a nuestros clientes o consumidores para que de esta manera el sabor del producto la calidad la imagen sea recordada por la persona que la consumió.

2.9 Usos

El producto lo puede consumir:

1. Cáscara deshidratada y caramelizada sin componentes químicos.

2. Lo puede consumir deportistas, niños y adultos diabéticos.
3. Lo pueden consumir entre comidas

2.10 Productos derivados

El uso que le podemos dar a la corteza de la naranja:

1. La corteza blanca que se debe sacar de la naranja será donada o vendida a pequeños viveros o huertos para que sea utilizado como abono orgánico.
2. Se utilizara una pequeña cantidad de sal, para que el ácido de la cáscara no se pierda.
3. Se va a utilizar diferentes naranjas ya que existen diferentes variedades en todo el año

2.11 Características de la producción del bien o servicio

La naranja es una de las frutas más demandadas en el Ecuador obteniendo un gran cultivo, durante los últimos diez años se han realizado y establecidos diversas plantaciones.

La cáscara de naranja no es utilizada como producto para el consumo humano, es utilizada para diferentes preparaciones como detergentes por su alta fuerza en combatir las grasas.

El fruto de la naranja suele adaptarse en climas templados y cálidos los terrenos que son aptos para su producción son los de temperatura promedio con un mínimo de 13-35 grados centígrados, y su óptima para el desarrollo de 23-30 grados centígrados, estas son temperaturas existentes en el Ecuador. Es posible obtener una cosecha distribuida con una humedad superior al 80%.

En la deshidratación debemos encontrar el mejor método para obtener un buen resultado, la caramelizada se debe de saber la cantidad de cáscara que se va a utilizar para obtener una consistencia dulce en el proceso.

La deshidratación es un método antiguo utilizado por los ancestros para evitar la descomposición de frutos, carnes vegetales y poderlos consumir ya que este método conserva los nutrientes de la cáscara.

Se usan deshidratadores especiales Sedona o Excalibur, teniendo en consideración que la parte superior recibe más calor que la inferior, pero si

utilizamos el deshidratador Dorrex las bandejas de inferiores reciben más calor que el superior.

En cualquier deshidratador se puede deshidratar cáscaras de naranjas. El proceso de deshidratación es mediante ventiladores de aire que se proyectan a una temperatura que puede oscilar entre los 38 y los 70°. Todo depende de la rapidez con la que se desee obtener el resultado final. Tenga en cuenta no obstante que a partir de 42° se destruyen las enzimas en la mayoría de alimentos por lo que se recomienda no sobrepasar esta temperatura.

Máquinas:

Figura No. 5: Deshidratadores de las Cáscaras de Naranjas



<http://www.conasi.eu/>

Para la caramelización de la cáscara de naranja es recomendable remojarlas por tres horas, para así de esta manera su corteza blanca sea más fácil de retirar, luego de este proceso se hierven las cáscaras con una pizca de sal, para que su acidez este con un gusto moderado después se las deja hervir por 30 minutos luego se cambia el agua y es hervida por 30 minutos más. Terminado este proceso se deja enfriar por una hora y se las corta con forma juliana luego las cáscaras cortadas son metidas en agua con panela y se las deja hervir hasta que tomen una consistencia dulce y suave. Después de este proceso se las deja reposar por un periodo hasta que se sequen y se les dispersa panela rallada.

Consistencia que debe quedar la caramelización:

Figura No. 6: Elaboración de la Caramelización de las cáscaras de naranjas



Elaborado por Autoras.

Es recomendable ingerir este producto ya que actúa en cualquier parte del organismo expulsando las diferentes toxinas que ha acumulado en el organismo.

La cáscara contiene ácido oxálico y el tartárico, también posee ácido málico y cítrico ya que canalizan la orina y el cítrico potencia a la vitamina C.

Está contraindicado que las personas que sufren de cálculos renales no deben de consumir por su alto contenido en ácido oxálico.

2.12 Características Generales

Su valor calórico:

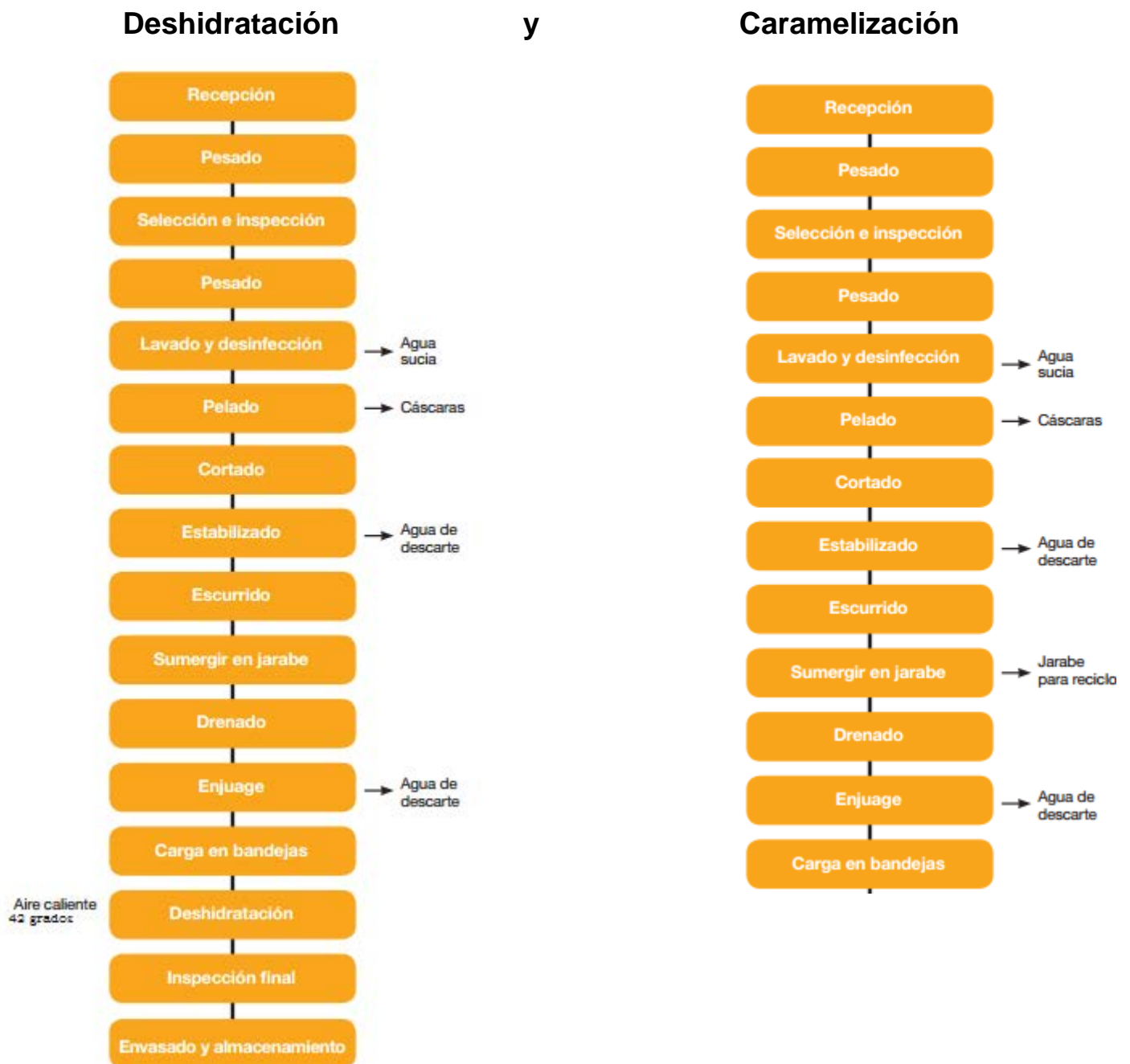
Posee muy bajas calorías 43 kcal/ 100 gr.

Composición de toda la fruta, Agua 52%, Hidratos de Carbono (Azúcares, Fibras), Proteínas, Fibras, Potasio, Calcio, Cobre, Fósforo, Sodio, Hierro, Magnesio, Manganesio, Zinc, Ácidos Málico, Oxálico, Tartárico y Cítrico.

Vitamina C, Vitamina A, Vitamina B1, Vitamina B2,B3,B5,B6,B9 (Ácido Fólico)
 Vitamina B12, Vitamina D,E y K Beta, Caroteno, Luteína, Flavonoides, Aceites
 esenciales.

Cuando están en las cáscaras conserva también el biolavonoides.

2.13 Flujoograma de Proceso.



Elaborado por Autoras

2.14 Requerimiento de Material

La microempresa implementara materiales en el desarrollo se sus productos:

- Cocina Industrial (Dos estufas)
- Cuchillos de Acero Inoxidables
- Mesas de Acero Inoxidable para Trabajar (1450 de largo x 400 de ancho)
- Bandejas de Acero Inoxidables
- Ollas Industriales
- Fundas de Basura O Sacos
- Camioneta Propia
- Lavador de Cáscaras o Mesa de Bañado de un Pocillo
- Panela al Por Mayor
- Utensilios de Cocinas de Madera
- Cepillos de Cerda suave para Limpiar las Cáscaras
- Balanza Electrónica cp 22301005
- Selladoras de Bolsas DAYMEL
- Máquina Deshidratadora

2.14.1 Grafico Requerimiento de Materiales

1. Cocina Industrial



Características

- Parrilla en hierro fundido de 50CMS
- Dos grandes Quemadores
- Quemadores de Aluminio 70000BTU/H

Fuente Mercado Central Costo 200 dólares

2. Baño de un Pocillo



Características

- Mesa de Lavado Inoxidable para la limpieza de las cáscaras.



Fuente Mercado Central Costo 400 dólares

3. Mesa de Acero Inoxidable Para Trabajar

Características

- Elaborada en Acero Inoxidable
-
- Dimensiones (1450 de largo x 400 de ancho)

Fuente Ciudad de Milagro Industrias de Madera

4. Balanza Electrónica cp 22301005



Características

- Considerada de mesa 15kg
- Uso de trabajo constante
- Acero inoxidable

Fuente <http://pwp.etb.net.co/comek/linea%20de%20frutas.htm>

5. Selladoras de Bolsas DAYMEL



Características

- Selladora de Plástico 50cm ancho
- Utilizada manualmente
- Sellado para plástico, aluminio y celofán.

Fuente <http://pwp.etb.net.co/comek/linea%20de%20frutas.htm>

6. Ollas Industriales Tramontina



Características

- Rango 180.14
- Aleación AA3124
- Temple OOO14
- Acabados Inoxidables
- Se puede también trabajar con presión

Fuente Tramontina ollas inoxidable y de presión

7. Máquina Deshidratadora



Características

- Dos ventiladores: permite utilizarlo a carga completa (9 bandejas) o a media carga (4 bandejas), permitiendo la optimización del consumo energético.
- Selector digital de temperatura de 30° C a 68° C, para un cuidadoso ajuste de las temperaturas grado a grado.
- Temporizador, para detención automática, de hasta 150 horas.
- Funcionamiento muy silencioso, puede ser más silencioso aún si selecciona modo nocturno (el ventilador o ventiladores funcionan más despacio).
- Puerta de cristal de seguridad, permite ver el interior.
- Gran capacidad: equipado con 9 bandejas y 9 rejillas (además de bandeja separadora de las dos cámaras de deshidratación).

Cuando utilizamos la "media carga", al poner la bandeja en el centro dividimos el interior de Sedona en dos cámaras de 4 bandejas.

- Agradable estéticamente, en tu cocina tiene la apariencia de un pequeño horno.
- Materiales: polipropileno, libre de BPA.

Fuente <http://www.conasi.eu/deshidratadores/750-deshidratador-sedona.html>

2.15 Requerimiento de equipos y muebles de oficina

Los equipos de oficinas que vamos a necesitar en nuestra microempresa:

- Escritorio (1)
- Laptops Personales (2)
- Sillas de escritorio (2)
- Archivadores (3)
- Teléfonos (1)
- Celulares personales
- Equipo multifuncional (Impresora, Copiadora y scanner) (1)
- Mesa redonda para reuniones (1)
- Silla para reuniones (5)
- Proyector (1)
- Sillón de dos personas (1)

2.16 Capacidad de las Máquinas

2.16.1 Capacidad del Deshidratador de Cáscaras de Naranjas

- La cantidad de cáscaras de naranjas que se pueden deshidratar es la que quepa en la superficie de las bandejas que trae el deshidratador.
- Por darle una idea, le diré que tal vez en el modelo "Sedona Combo", que tiene 9 bandejas tenga una cabida de 2-4 kg de cáscaras de naranjas cortas en formas cuadradas o julianas.
- No se deshidratará la fruta o verdura solo cáscaras de Naranjas, y se venderá de forma micro empresarial mas no industrial.
- Este proceso es de 7 horas ya que es ecológico.

2.16.2 Capacidad de Caramelizado de cáscaras de Naranjas

- Cuantos kilos de cáscara de naranjas se van a extraer para ser procesadas.
- Dependiendo de la cantidad de naranja utilizaremos la misma cantidad de panela.
- De cada Naranja cortada en forma juliana se extraen 12 tiras de cáscaras.
- Por cada doce naranjas obtendremos 144 tiras de naranjas.
- En cada funda que vamos a comercializar, en la caramelizada es de 75 gramos, que estarían compuestas por 12 tiras de naranjas.
- Este proceso de caramelizado son de tres días ya que es ecológico

CAPÍTULO III

Presentación Administración y Planificación del Proyecto

3.1 Idea del Producto

3.1.1 Situación Actual

Ecuador tiene una producción agrícola ecológica dirigida por pequeños agricultores que se dedican a trabajar en los campos desde hace varias épocas, el sistema de cultivar sus frutos es de forma artesanal con un sistema tradicional que va de generación en generación. Actualmente la naranja es bien comercializada a nivel nacional, en la ciudad de Guayaquil es muy consumida por sus habitantes. Por lo tanto producir un snack nutritivo derivado de la naranja, es incentivar a las personas a tener una mejor alimentación para su salud y tener una razón amigable con el medio ambiente.

3.1.2 La Problemática

Para mantenernos en buena salud el ser humano siempre se ha alimentado consumiendo productos que le brinden energía y nutrientes suficientes para sobrevivir. Las frutas han sido su primera prioridad por la atracción de su sabor y colores que presente, su variedad en vitaminas minerales y fibras esto hace que su consumo sea imprescindible, estos son aquellos que tienen relación con la salud y el consumidor.

La calidad nutritiva que se brinda está relacionada con todos los nutrientes que se obtiene de la cáscara de naranja.

Indicando el tema sanitario se mantendrá la ausencia de tóxicos naturales y microorganismos patógenos que pueden dar lugar a enfermedades.

Calidad organoléptica o sensorial, esta permitirá atrapar directamente al consumidor por medio de los sentidos esto da referencia a su color, sabor, olor, calidad, textura, aroma.

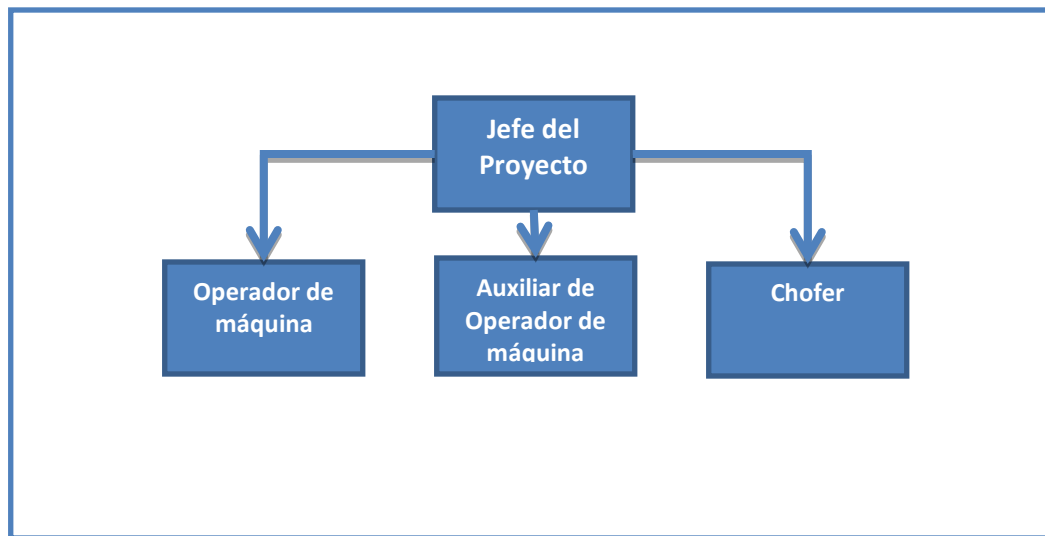
3.2 Misión

Brindar felicidad a dichos los clientes a través de productos deliciosos y nutritivos inspirados en el bienestar y salud de las personas.

3.3 Visión

Llegar a posesionarse en el mercado de snack nutritivos con la aceptación y reconocimiento de los consumidores, obteniendo confianza en los nuevos productos de calidad.

3.4 Organigrama



Elaborado por Autoras

3.4.1 Jefe del Proyecto

- Se encarga de elegir el personal que va a trabajar en la microempresa.
- Se establecerá un reglamento ecológico
- Se designara funciones en diferentes áreas
- Se realizará un informe cada periodo
- Se mantendrán reuniones con la parte administrativa
- Se llevará una correcta finanzas
- Se establecerá publicidad para el nuevo producto
- Representará a la empresa en la parte legal

Perfil Profesional del Gerente General

- ✓ Formación Académica

Graduado Ingeniero Agrónomo.

Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.

- ✓ Experiencia Previa

De 2 a 3 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas con el mercado agro micro empresarial, preferiblemente en ecología, negocios y marketing.

- ✓ Requisitos

- Visión a largo plazo de una microempresa.
- Obtener buenos resultados
- Tener estrategias claras y concisas
- Liderazgo
- Expandirse en los negocios
- Tener una buena relación con sus empleados.

3.4.2 Operador de Máquina

- El operador de máquinas será encargado de realizar la producción del producto.
- Tendrá que pasar un informe mensual acerca de las máquinas
- Mantenimiento de las máquinas
- Control del producto

Perfil Profesional del Gerente General

- ✓ Poseer educación media completa o técnico profesional en maquinarias.
- ✓ Conocimiento acerca de la maquinaria que vamos utilizar.
- ✓ Experiencia mínima de 3 años
- ✓ Poseer ganas de trabajar en equipo (tener espíritu de colaborador)
- ✓ Capacidad para resolver problemas
- ✓ Obtener una buena relación y comunicación

- ✓ El trabajo se desempeña en ambiente de oficina.

3.4.3 Chofer

- Realizar la movilización a diferentes sectores para recolectar las cáscaras de naranjas
- Responsable del mantenimiento del vehículo.

Perfil Profesional del Gerente General

- ✓ Poseer licencia tipo E Profesional.
- ✓ Tener el vehículo en perfecto estado, llevarlo al taller y revisarlo diariamente.
- ✓ Reportar informes sobre los gastos de combustibles.
- ✓ Recolectar los diferentes puntos requeridos las cáscaras de naranjas.
- ✓ Realizar funciones de empleado, como la limpieza del producto.
- ✓ Poseer mucha paciencia
- ✓ Saber cortar el producto para ser llevado a su elaboración.
- ✓

3.5 Forma de Contratos

La selección del personal se realizará por reclutamientos de personas, realizando las entrevistas de trabajos, serán contratadas las personas que cumplan con los perfiles que la microempresa exija, y bajo las normativas del código de trabajo establecido en el Ecuador, cuando el postulante es contratado tendrá 3 meses de prueba y luego de cumplir dicho periodo observando su comportamiento y su desempeño laboral será o no contratado por un año hasta realizar una renovación de contrato.

3.6 Análisis Matriz FODA

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca información 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos sustitutivos

<ul style="list-style-type: none"> • Mal posicionados 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto rico y nutritivo • Producto 100% natural • Producto que también puede ser consumido por Diabéticos 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pocos competidores • Producto innovador

3.6.1 Matriz Estratégica FODA

- **Fortaleza**

- ✓ Disponibilidad de cáscaras de naranjas aptas en todo el año lectivo.
- ✓ Costumbre de producción
- ✓ Entendimiento en el mercado ecológico acerca de los productos nutritivos.
- ✓ Combinación de asociaciones de productos de productos deshidratados
- ✓ Variedad del producto de la cáscara de naranja la caramelizarían y deshidratación.
- ✓ Variedades de snack para niños adultos y deportista.
- ✓ Ayudar al medio ambiente y cambiar nuestra cultura.
- ✓ Nuestros costos estarán bajo el costo de la competencia.
- ✓ Organización productiva.

- **Oportunidades**

- ✓ Comienzo de los mercados ecológicos
- ✓ Evolución de un nuevo mercado en nuestra sociedad, imponiendo características diferentes y nuevas calidades de productos.

- ✓ Incremento en la demanda de productos orgánicos ecológicos y materias primas.
- ✓ Incorporación de nuevos mercados ecológicos en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Comienzo para expandirnos a otras ciudades con nuestros productos.
- ✓ Alta demanda en el consumo de alimentos nutritivos y naturales.

- **Debilidades**

- ✓ Aplicación de bajos índices productivos de utilización tecnológica.
- ✓ La tasa de productividad es baja
- ✓ Posibles aparición de enfermedades
- ✓ Defecto en la implementación de las maquinarias
- ✓ Falta de contratos
- ✓ Baja rentabilidad
- ✓ Déficit en los ingresos.
- ✓ Bajo rendimiento en gerenciamiento
- ✓ Bajo rendimiento de promoción en la ciudad de Guayaquil
- ✓ El poder de negociar a los comercializadores.

- **Amenazas**

- ✓ Incorporación de nuevas competencias.
- ✓ Alta provocación comercial en los mercados competidores tradicionales.
- ✓ Surgimiento de nuevas barreras para la venta de nuestro producto.
- ✓ Problemas con el medio ambiente
- ✓ Problemas con el desequilibrio climático
- ✓ Gastos altos en transporte
- ✓ Registro sanitario deficiente a lo largo de nuestro proceso

CAPÍTULO IV

Plan de Marketing

4.1 Investigación del Mercado

Se llama deshidratación a la disminución o pérdida de agua en los tejidos de la cáscara de la naranja⁵, se le llama caramelizada por el dulce que tiene su sabor a panela ya que es un endulzante natural.

La naranja es un fruto cítrico y su cáscara será deshidratada sin dañar sus propiedades alimenticias y la elaboración de las caramelizadas será a base de panela, su consumo principal será como un snack nutritivo, ya que este fruto escogido se encuentra en todo el año lectivo en nuestro país, porque tenemos un clima tropical. El proceso de deshidratación se elaborara en hornos especiales a base de electricidad.

La cáscara caramelizada es un producto elaborado con panela, es natural no causa daño alguno por lo tanto debe tener un valor agregado más que la deshidratada, se utilizaran varios canales de distribución hasta llegar a los deportista niños y adultos.

La venta será en una presentación ecológica, ya que su diseño será un poco parecido pero serán identificados por pequeños detalles que tendrá el empaque. Gracias a la evolución de consumir productos nutritivos en nuestra sociedad, se están dando a conocer estos tipos de snak saludables ya que haciendo una comparación con la década de los 90 esto representaba grandes pérdidas.

4.2 Identificación del Problema

Considerando el dilema a solucionar los grandes desafíos que nos presenta este proyecto de inversión, se muestra que el tamaño del mercado ecológico que existe actualmente es pequeño haciendo una real comparación con el mercado confitero artesanal y de frutas deshidratadas ya que este es una mayor competencia.

⁵Chacón, Silvia Angélica, Manual de Procesamiento de frutas tropicales a escala artesanal. El Salvador (2006).

Considerando que para llegar a la mente de los consumidores se debe de generar un gran impacto al ingresar con un producto nuevo al mercado.

4.3 Objetivos de la Investigación

4.3.1 Objetivos Generales

Evaluar el nivel de aceptación de las cáscaras deshidratadas y caramelizadas de la naranja en el mercado ecológico desde una microempresa realizando productos 100% naturales.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Acordar la importancia que tienen los productos nutritivos en la dieta diaria de cada deportista, niño o adulto.
- Establecer todos los papeles y documentaciones legales en reglas para la elaboración del producto.
- Reunir todas las características requeridas para ser parte de la cadena de valores.
- Encontrar diferentes proveedores en distintos sectores de la urbe.
- Investigar cuales son los requisitos necesarios para la elaboración del empaque, elaboración, sello verde de los productos.
- Evaluar los requerimientos para poder comercializar nuestros snack.
- Estudiar por medio de un análisis financiero, la conveniencia económica del proyecto ecológico, establecido con los recursos disponibles.

4.4 Metodología de la Investigación

En la siguiente investigación usaremos la metodología:

4.4.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández, 2003 P. 115) ⁶.

⁶Revista CAES Vol.31,Nº1, Año 2011

4.4.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Danhke (1989) Hernández 2003 P. 117) ⁷.

4.5 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental⁸.

4.6 Segmentación

“El objetivo de la microempresa es reconocer el mercado orgánico donde se desea ingresar este producto ya que de esta manera se puede detectar características que sean de gran utilidad para que el producto cumpla con las expectativas del consumidor. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing elegido y se facilita su conocimiento. “(Patricio Bonta Y Mario Farber) ⁹

4.6.1 Segmentación demográfica:

4.6.1.1 Segmentación Geográfica

1. Nacionalidad
2. Región
3. Tamaño de Ciudad
4. Clima

4.6.1.2 Segmentación Beneficio

1. Necesidades
2. Beneficios Buscados
3. Lugar de Compras

⁷ Revista CAES Vol.31,Nº1, Año 2011

⁸ Arias Fidiás G. (2006) Proyecto de investigación a la metodología científica (5ªed) Caracas: Episteme.

⁹ www.promonegocios.net/segmentacion-del-mercado.html

4. Frecuencia de Compras
5. Nivel de Lealtad

4.6.1.3 Segmentación Socio-económico

1. Edad: 8 – 52 años
2. Sexo: Masculino y Femenino
3. Nivel Ocupacional: Indiferente
4. Nivel Socio Económico: Medio- Bajo, Medio, Medio Alto.
5. Sector Norte: Mercadito Ecológico (Mercado Orgánico abre de lunes a viernes, de 09:00 a 19:00 y los sábados de 10:00 a 16:00. Está ubicado en Circunvalación sur 629 A y Ficus.)
6. Vía Samborondon: Mercadito Ecológico

4.7 Recolección de Información

La información primaria y secundaria será recopilada ya que de esta forma se puede conseguir testimonios sobre el problema planteado para realizar las respectivas soluciones. Se utilizarán las técnicas cualitativas por medio de entrevistas a microempresarios y técnicas cuantitativas realizando encuestas.

4.8 Técnicas de Investigación

Implementaremos la técnica Cuantitativa;

4.8.1 Encuestas

Según Trespalcios, Vázquez y Bello, son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recolectar información que se vaya obteniendo¹⁰.

4.9 Estudio de Mercado

¹⁰ Libro: Investigación de Mercados, de Trespalcios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebron Laurentino, International Thomson Editores, 2005, P. 96.

4.9.1 Análisis de Mercado Meta

La elaboración de este proyecto de titulación tiene la obligación de efectuar una investigación de mercado, esto permitirá asistir:

- Localizar la cantidad de demanda que no consume productos naturales.
- Disponer un perfil a la cual va dirigido nuestro producto
- Concretar un buen canal de distribución que sea enfocado al producto.
- Determinar el porcentaje de acogida de las cáscaras deshidratadas y caramelizadas.

Estas estrategias de marketing tienen la finalidad de conquistar la competencia.

4.9.2 Descripción de la Muestra

Se desarrolló un plan de muestreo que será desglosado de la siguiente forma.

A. Información a Obtener

- Saber el porcentaje de aceptación que tendrán las cáscaras caramelizadas y deshidratadas.
- Especificar la factibilidad del lugar establecido
- Encontrar un mercado ecológico en el sector de Guayaquil, para estimar las cáscaras deshidratadas como snack.
- Evaluar la demanda de nuestro producto

B. Proceso de Diseño de la Muestra

Población Meta

Elementos: Mujeres y Hombres entre 18 a 64 años de edad habitantes de la ciudad de Guayaquil con un nivel socioeconómico Medio Alto y Alto.

Unidades: Principales Gym, Carreras, Mercadito Ecológico.

Extensión: Zona norte y vía Samborondon

Sector Norte: Mercadito Ecológico

Vía Samborondon: Mercadito Ecológico

Técnicas de Muestreo

- Estrategia de Muestreo Tradicional
- Muestreo sin Reemplazo
- Técnicas de Muestreo Probabilidad por Conglomerado.

Selección del Tamaño de la Muestra

Proporción: calcular la cantidad de personas y niños que pueden estar en condiciones de probar y comer las cáscaras caramelizadas y deshidratadas.

$$D=p-q$$

Se puede decir que D es la diferencia entre proporción muestra y poblacional, esto es un ERROR MÁXIMO PERMISIBLE, este no puede ser mayor a 5%.

Se puede decir que:

P: proporción de la muestra

Q: proporción de la población

Ya que se conoce con exactitud el tamaño de nuestro mercado objetivo, se aplicará lo siguiente:

- N= Tamaño de la Muestra
- P.Q = Varianza Media de la Población
- N= Población o Universo
- Z= Nivel de Confianza
- E= Margen de Error

Formula

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

- P = 0.5
- Q = 0.5
- E = 0.05

- o Z=1.95

$$n = \frac{1.95^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

N= 380 Encuestas

4.9.3 Modelo de la Encuesta

La encuesta se realizó en base a las necesidades sobre el tema de nuestro proyecto, con el fin de argumentar y cumplir con los objetivos establecidos en el primer capítulo y darle solución al problema planteado.

Encuesta

Perfil de la persona encuestada

Edad:

Sexo: femenino

Masculino

Preguntas enfocadas en conocer el pensamiento de los encuestados

1.- ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación?

Si___

No___

2.- Si contesto SÍ ¿Por qué razón considera que es importante cuidar su alimentación?

___Salud

___Aspecto físico

___Entorno Social

___Otros

3.- ¿Suele consumir productos saludables durante el día?

Si___

No___

4.- ¿Con qué frecuencia consume productos saludable?

___Veces al día

_____Veces a la semana

_____ Veces al mes

5.- ¿Suele tomar snack entre comidas?

Si_____

No_____

6.- Si su respuesta fue SÍ ¿Qué características busca cuando compra un snack?

_____Precio

_____Imagen

_____Complemento nutritivo

_____Sabor

_____Otros

7.- ¿Le gustaría probar un snack que sea 100% natural y que fuera bueno para su salud?

Si_____

No_____

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un snack nutritivo?

0,35_____

0,50_____

0,95_____

9.- ¿Conoce snacks que contenga cáscara de naranja?

Si_____

No_____

10.- ¿Conoce las propiedades de la cáscara de naranja?

Si_____

No_____

11.- Estaría dispuesto(a) a consumir un snack 100% natural, que brinde nutrientes a su cuerpo y que tenga cáscara de naranja.

Si_____

No_____

4.9.4 Tabulación de Datos

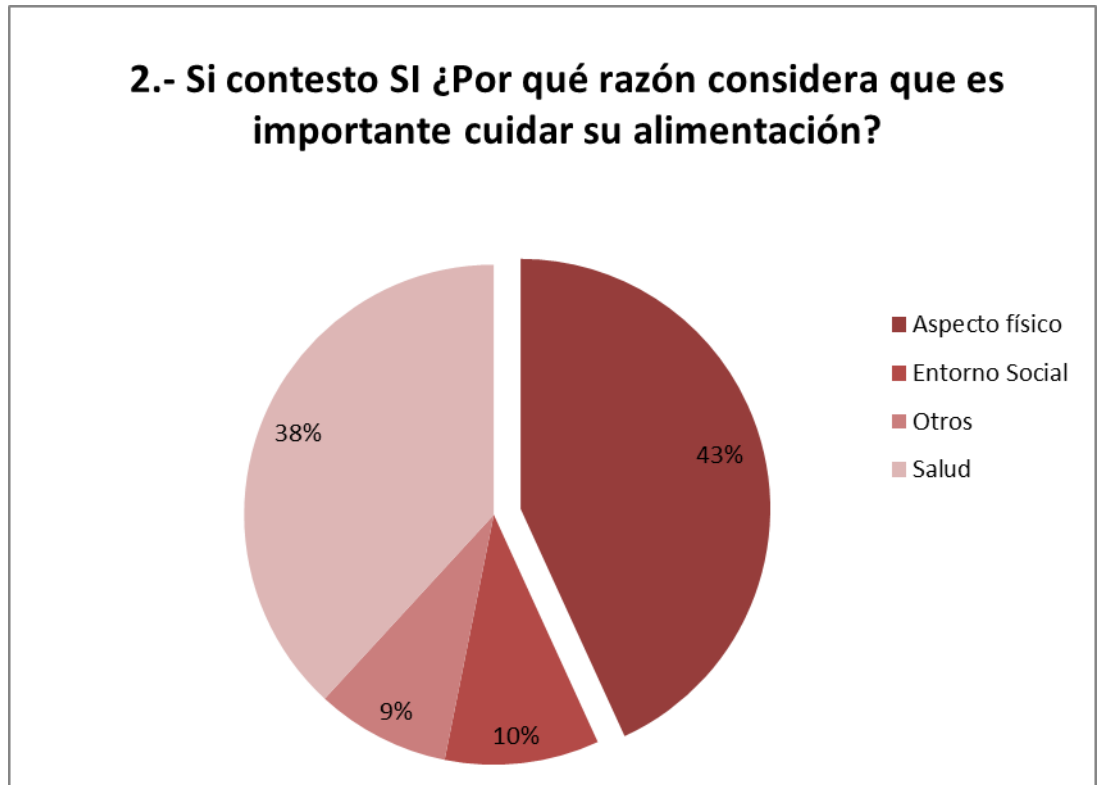
Gráfico 1: ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación?



Elaboración: Autoras

Los datos mostrados indican que el nivel de interés tomado de la muestra representativa acerca de la importancia de cuidar la alimentación tiene un 100% de relevancia para los encuestados, es decir, esto nos dice que las personas están tomando conciencia acerca de los alimentos que consumen.

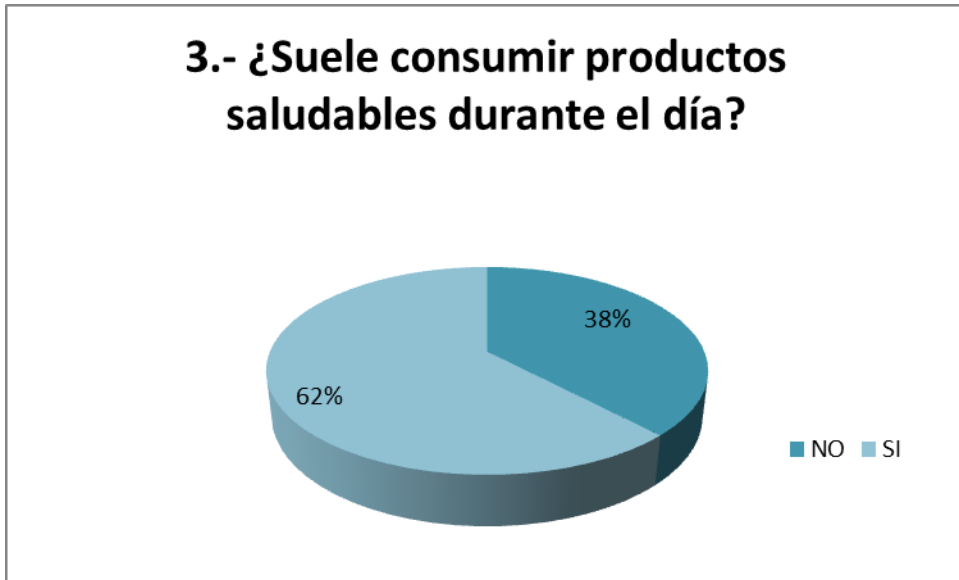
Gráfico 2: Si contesto SI ¿Por qué razón considera que es importante cuidar su alimentación?



Elaboración: Autoras

De los encuestados se demostró que el 43% piensa que lo principal es el aspecto físico, el cómo se ven, seguido por la salud con un 38%, en tercer lugar con 10% está el entorno social es decir lo que dictamina la sociedad que debe ser y en el último lugar con 9% razones diferentes a las indicadas.

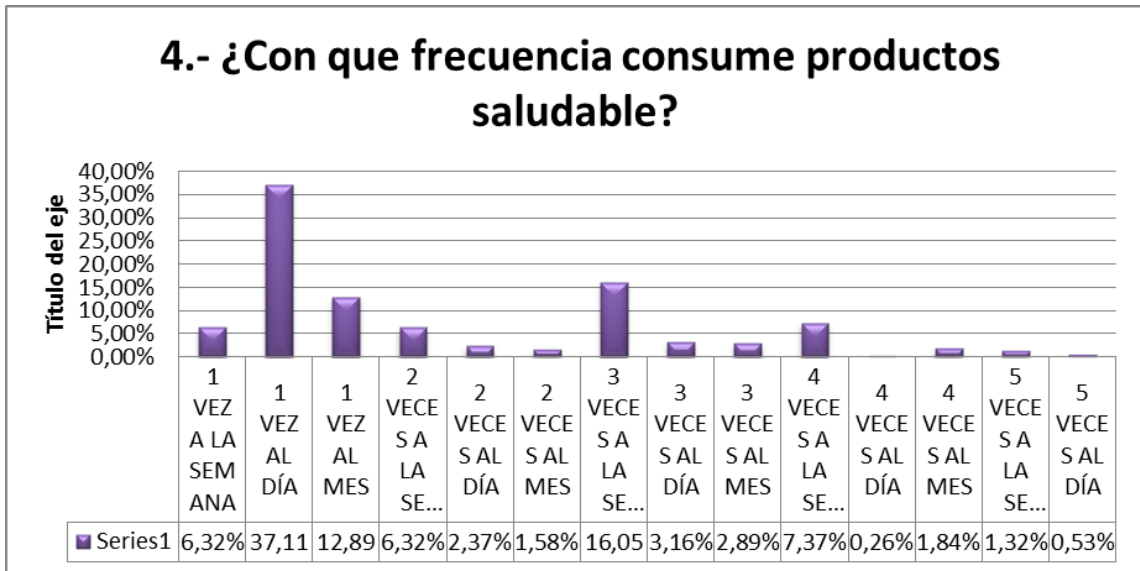
Gráfico 3: ¿Suele consumir productos saludables durante el día?



Elaboración: Autoras

El 62 % de los encuestados es decir 236 personas consumen durante el día productos saludables y solo el 38% que corresponde a 144 personas no suelen tener una dieta que los nutra.

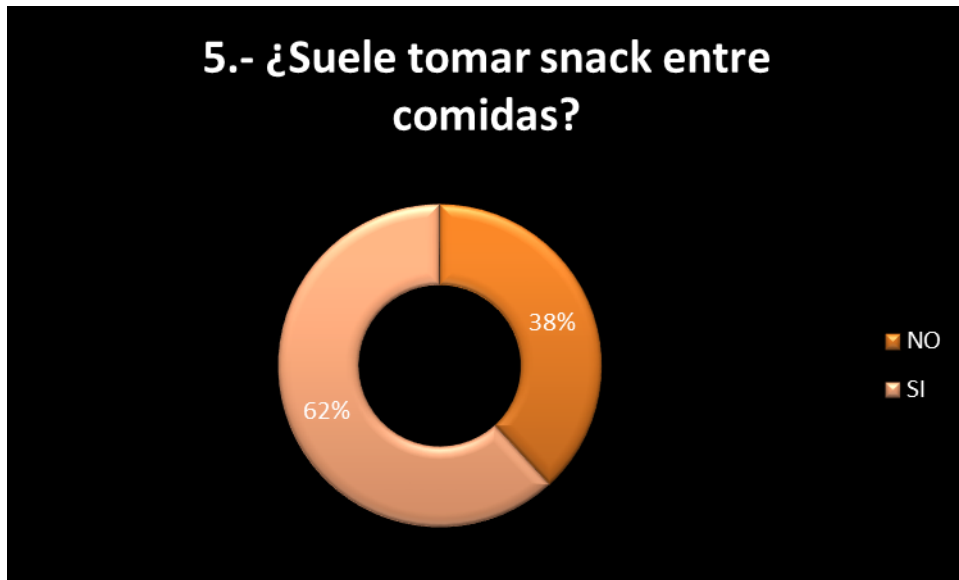
Gráfico 4: ¿Con que frecuencia consume productos saludable?



Elaboración: Autoras

El porcentaje que más salta a la vista es el de 37,11% que indica que las personas consumen por lo menos una vez al día alimentos saludables.

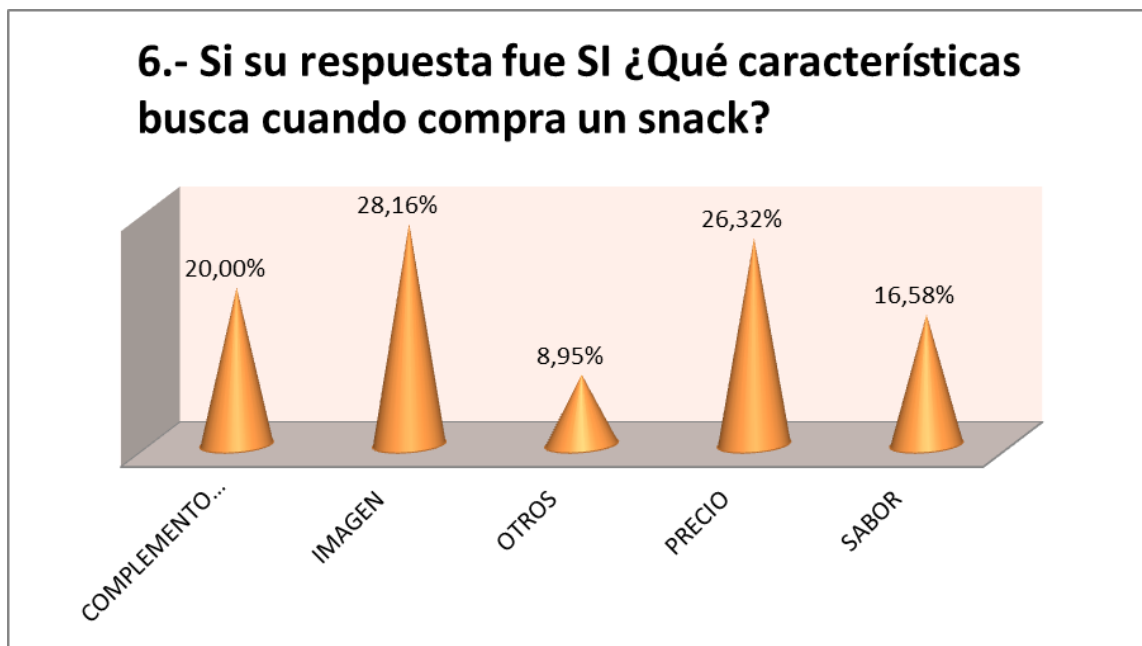
Gráfico 5: ¿Suele tomar snack entre comidas?



Elaboración: Autoras

Los datos recolectados en esta pregunta indican que el 62% de los encuestados que implica a 235 personas consume snack entre comidas, es decir que nuestro proyecto tiene un porcentaje de ser aceptado en el mercado de snack.

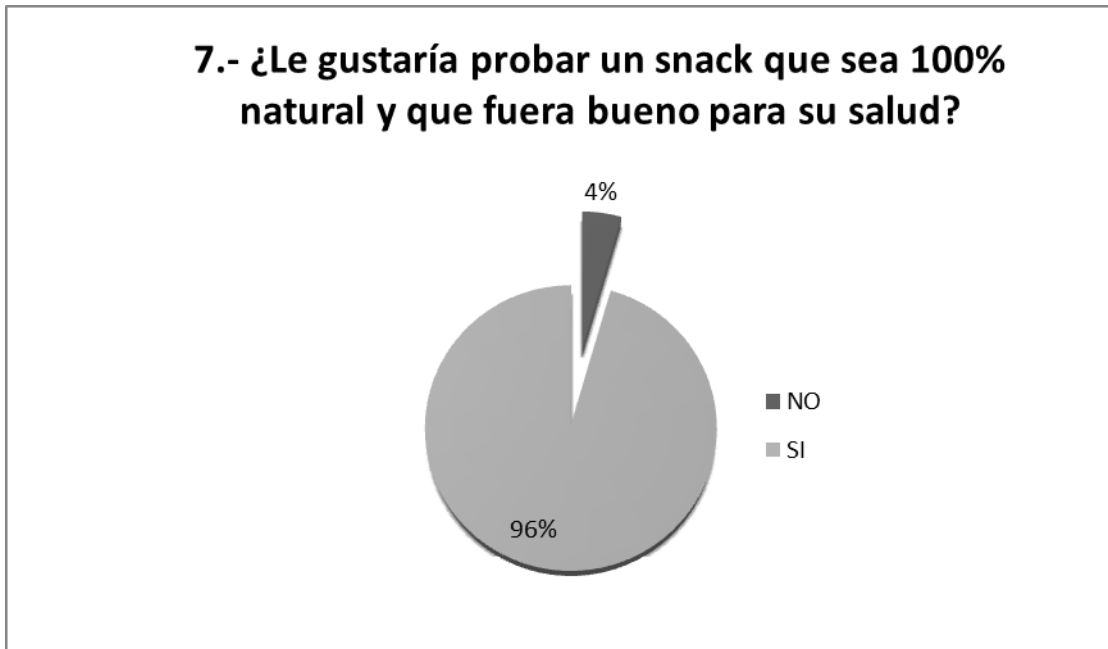
Gráfico 6: Si su respuesta fue SI ¿Qué características busca cuando compra un snack?



Elaboración: Autoras

Esta pregunta muestra que los consumidores se fijan en dos características principalmente imagen con el 28,16%, lo que indica que el producto entra principalmente por los ojos, es decir, si es llamativo tiene buenas posibilidades de ingresar sin problema al mercado y la segunda característica con el 26,32% indicando que los consumidores tienen mucho en cuenta el valor del producto, esto nos da la pauta para enfocarnos en estas dos características principalmente.

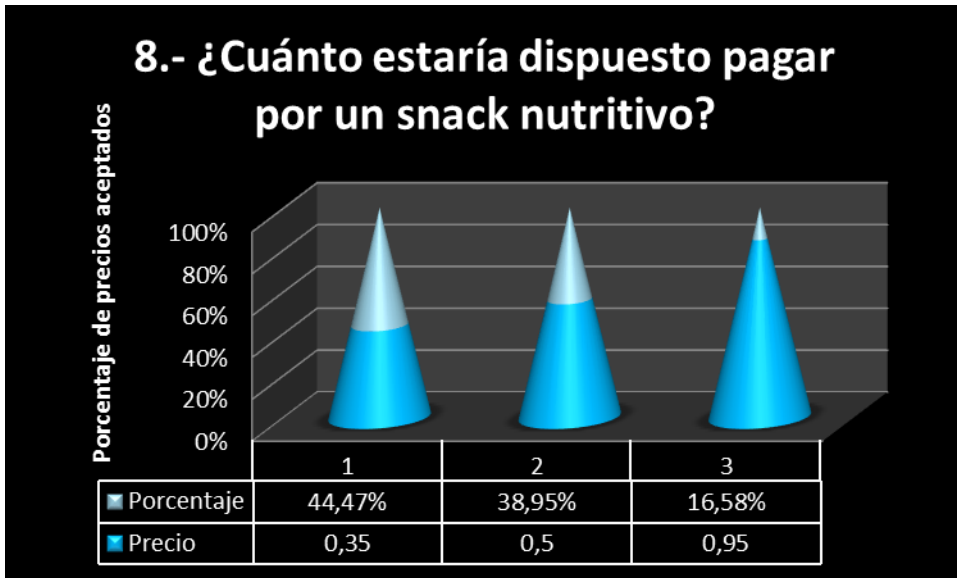
Gráfico 7: ¿Le gustaría probar un snack que sea 100% natural y que fuera bueno para su salud?



Elaboración: Autoras

De los encuestados el 96% de las personas están dispuestas a probar un producto que sea 100% natural por la tendencia a cuidar su cuerpo no solo por salud sino principalmente por cuidado del cuerpo (aspecto físico).

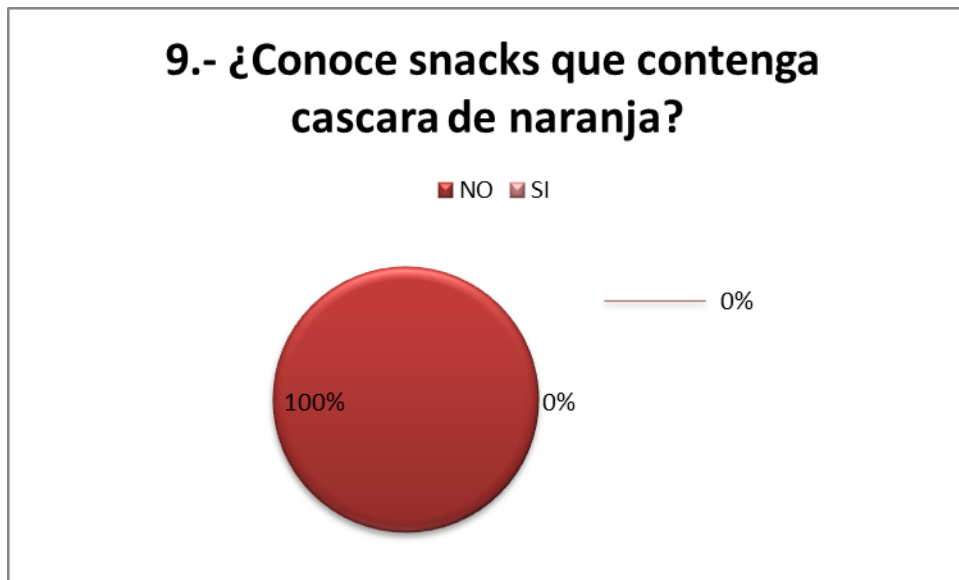
Gráfico 8: ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por un snack nutritivo?



Elaboración: Autoras

Los datos de las encuestas revelan que el 44,4% de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$0.35 centavos de dólar puesto que como es un snack piensan no debería costar tanto, el 39,95% estarían dispuestos a pagar \$0,50 centavos de dólar y en un porcentaje pequeño estarían dispuestos a pagar \$0,95 centavos de dólar.

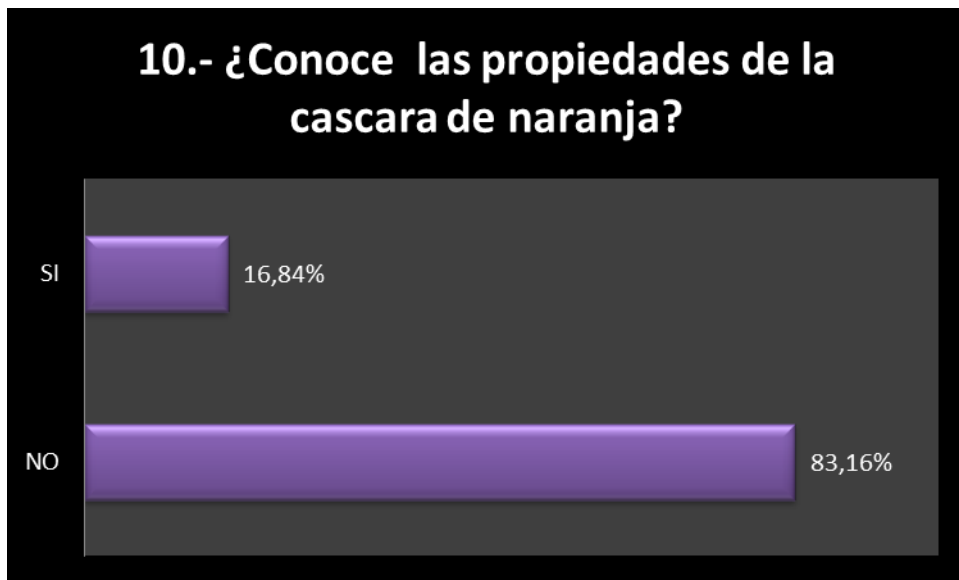
Gráfico 9: ¿Conoce snacks que contenga cascara de naranja?



Elaboración: Autoras

En la encuesta se demuestra que el 100% de los encuestados no conocen un producto que contenga nuestra materia prima, es decir que al lanzar el producto ellos estarían probando un producto nuevo ya sea por la información que se brinde o por probar algo nuevo.

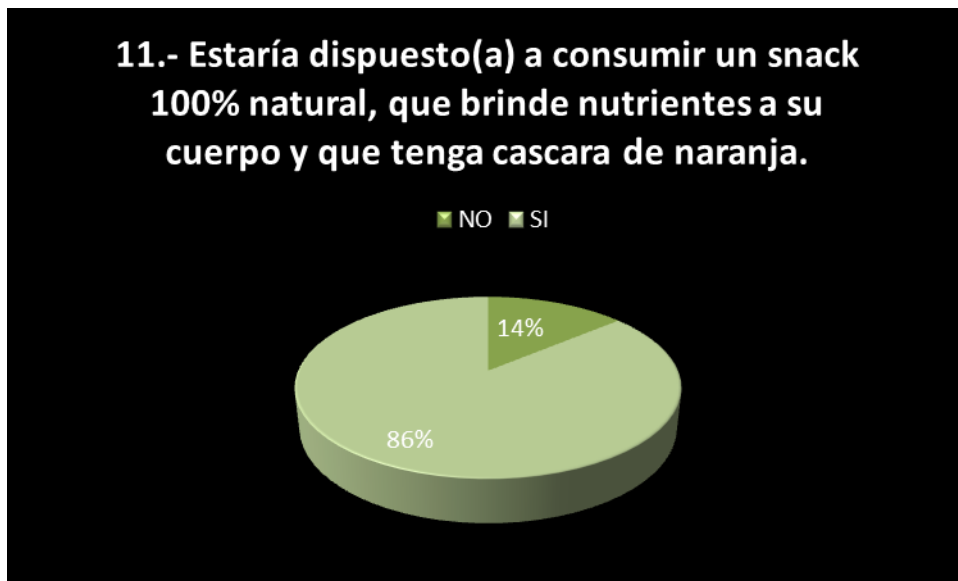
Gráfico 10: ¿Conoce las propiedades de la cascara de naranja?



Elaboración: Autoras

De los encuestados solo el 16.84% conocen las características de la cáscara de naranja, el 83,16% no lo conocen y la ven como desecho, con esto se puede indicar la falta de información que se tiene acerca de todos los nutrientes que contiene la materia principal. Lo que muchos ven como desecho es una oportunidad para desarrollar un producto 100% sano y nutritivo para el cuerpo sin importar la edad.

Gráfico 11: Estaría dispuesto(a) a consumir un snack 100% natural, que brinde nutrientes a su cuerpo y que tenga cascara de naranja.



Elaboración: Autoras

De los 380 encuestados 327 personas que representan el 86% indicaron que están dispuestos a probar un producto nuevo que contenga cáscara de naranja

Tabla No. 2: Edad de las personas Encuestas

EDAD	Frecuencia	% de Frecuencia
8	2	0,5%
10	3	0,8%
11	1	0,3%
12	3	0,8%
13	5	1,3%
14	9	2,4%
15	10	2,6%
16	7	1,8%
17	7	1,8%
18	11	2,9%
19	7	1,8%
20	16	4,2%
21	18	4,7%
22	30	7,9%
23	25	6,6%
24	19	5,0%
25	17	4,5%
26	8	2,1%
27	21	5,5%
28	20	5,3%
29	6	1,6%
30	14	3,7%
31	5	1,3%
32	9	2,4%
33	11	2,9%
34	8	2,1%
35	10	2,6%
36	15	3,9%
37	7	1,8%
38	8	2,1%
39	6	1,6%
40	4	1,1%
41	4	1,1%
42	3	0,8%
44	4	1,1%
45	4	1,1%
46	2	0,5%
47	4	1,1%

48	4	1,1%
49	2	0,5%
50	9	2,4%
51	1	0,3%
52	1	0,3%
Total general	380	100,00%

4.9.5 Entrevista

Nombre: Marta Villén y Mónica Villén.

Cargo: Dueñas de Microempresa Conasi (Nacionalidad Española)

Microempresa: Administradoras de Microempresa Conasi

Edad: Marta Villén 35 años y Mónica Villén 36 años

Figura No. 7: Entrevistadas Vía Online: Marta Villén y Mónica Villén.



Resumen de la Entrevista

Atendiendo a la petición se informó que Johana Dueñas era la antigua propietaria de la microempresa Conasi. Actualmente lo son Marta Villén y Mónica Villén.

En cuanto a la consulta sobre los deshidratadores y la caramelizada, se dan a conocer los diferentes modelos que tienen y en donde se podrán ver las características de cada uno de ellos en su página web.

Para él envío de las máquinas, los precios para el Ecuador se encuentran en la página web Conasi, menos el 21% de IVA, que en este caso se descontaran del importe.

El tiempo de entrega con Correos suele ser de unas 2-3 semanas. Se podrá hacer el envío más rápidos y asegurados con la empresa de transporte internacional DHL, siendo los gastos de envío del doble del importe, aproximadamente.

También se informó que en Conasi se hacen cargo de cubrir la garantía de todos los aparatos que son vendidos, pero los gastos de envío y reenvío para países fuera de España son a cargo del cliente. Todos los aparatos que son vendidos tienen una tensión de 220V.

En caso de estar interesado, el procedimiento es el siguiente:

- Elegir una forma de pago:
 - o Tarjeta de crédito: debe hacer la compra online en la tienda. Hay países que tienen restricciones al respecto o cobran una comisión importante.
 - o Transferencia internacional: para ello puede hacer la compra online o bien enviar los datos para la factura: nombre, dirección, DNI y tfno. La factura será enviada al correo y al recibir la confirmación del pago será enviada la mercancía.
 - o Western Union: debido al problema de elevadas comisiones en transferencias internacionales, los clientes habitualmente prefieren hacer el pago mediante este sistema, ya que tiene comisiones más bajas y es muy rápido. Si desea hacer el pago mediante Western Union, se enviara la factura y procedimiento para esta forma de pago.
- Al recibir el ingreso, se envía el paquete a la dirección de entrega.
- Los gastos aduaneros dependen de del país ya que serán comunicados cuando llegue el paquete.

El proceso del deshidratador es eliminar la mayor cantidad de líquido de la cáscara para que se pueda conservar por más tiempo. El proceso de deshidratación es mediante ventiladores de aire que se proyectan a una temperatura que puede oscilar entre los 38 y los 70°. Todo depende de la rapidez con la que se desee obtener el resultado final. Tenga en cuenta no obstante que a partir de 42° se destruyen las enzimas en la mayoría de alimentos por lo que se recomienda no sobrepasar esta Temperatura.

Para la realización de las caramelizadas, por secreto casero es recomendable cocinarlas con una pizca de sal para que la cáscara cítrica no pierda su propiedad de acides y sea más gustosa al momento de caramelizarla.

La cantidad que se puede deshidratar de cualquier alimento es la que quepa en la superficie de las bandejas que trae el deshidratador. Por darle una idea, le diré que tal vez en el modelo "Sedona Combo", que tiene 9 bandejas tenga una cabida de 2-4 kg de manzanas cortadas en rodajas.

Elas deshidratan frutas o verduras para luego ser vendidas, pero ellas también venden las maquinas deshidratadoras que son para uso artesanal.

4.10 Conclusión del Estudio de Mercado

El proceso de este proyecto es obtener resultado acerca del plan de negocios para la comercialización de este nuevo snack nutritivo, y para conocer las preferencias del consumidor se recurrirá a las entrevistas y las encuestas.

Realizar una severa investigación de mercado para saber la aceptación del producto y la demanda del mercado. Se realizaron 380 encuestas donde los resultados fueron que las personas están dispuestas a consumir este nuevo snack nutritivo.

Se evaluó la competencia con las frutas deshidratadas que son muy consumidas en nuestro medio por todas las personas de diferentes tipos de edad y las barras energéticas son otra competencia fuerte.

El precio de venta al público es accesible para diferentes tipos de clientes.

Con respecto a la entrevista realizada, todas sus palabras y estrategias fueron bien vistas, ya que ayudó a tener un motor productivo en esta pequeña microempresa que va a empezar en el mercado ecológico y que tendrá una muy buena acogida.

4.11 Análisis de Oferta

La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado en un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de ventas. Tomado (Diccionario de Marketing, Cultural S.A). pág. 237

La oferta tiene como finalidad de medir la cantidad para diversificar su canasta. Realizando un estudio de mercado dentro del sector de frutas deshidratadas existen sus sucursales en la ciudad de Quito;

Fruvesol

Agropoyo

Cevera Fruits

Sumak Mikuy

Biolcom

Ecu DEYD

4.12 Análisis de Demanda

Actualmente no existen cifras concretas sobre la oferta y demanda de los productos deshidratados, pero las experiencias y las breves reseñas históricas de diferentes empresas en el crecimiento del mercado.

El ministerio de Economía resistan que el años 2013, 50 mil kilos de fruta deshidratadas que apenas equivalen a US\$ 233mil. Se puede decir que los productos deshidratados son sanos, nutritivos y su duración es larga, la vida media es de 2 años.

4.13 Marketing Mix

4.13.1 Producto

Nombre: Deshidratación y Caramelizarían de la Cáscara de Naranja

Nombre comercial: WÁIKÉ Caramelizado y WÁIKÉ Deshidratado

Este producto se ofrecerá en el mercadito ecológico, en un empaque de Fundita Ecológica de 35 gramos para las cáscaras Deshidratadas y Fundita Ecológica de 75 gramos para las cáscaras Caramelizadas. Se establecerá con todas regulaciones establecidas por las leyes de nuestro país para la introducción de un producto nuevo y que tenga acceso a mercados en función de calidad.

Como ya lo hemos mencionado anteriormente, el producto es un snack nutritivo a partir de la caramelización y deshidratación de la cáscara de naranja, la naranja es una de la fruta mayor consumida a nivel nacional pero su cáscara es desperdiciada ya que cuenta con alto índice de propiedades para nuestra salud.

Con los antecedentes establecidos y con el estudio del mercado, se pudo dar a notar que el consumidor está dispuesto a consumir dicho snack. El 90% de los encuestados mostraron un alto interés por los nuevos productos es su presentación pequeña.

✓ **Logo**

Figura No. 8

Nombre del Producto WÁIKÉ



El logo es algo creativo, ya que significa la captación de los colores de la naranja y la atracción de los niños y lo novedoso que se puede realizar con la naranja, sacando su corteza que es la cáscara.

✓ **Slogan**

La Naranja No Solo se Destapa También se Pela

✓ **Marca y Diseño del Producto**



Elaborado por autoras

Fundita Ecológica de 35 gramos para las cáscaras Deshidratadas

El sol significa que la deshidratación viene desde los antepasados.

La naranja muestra creatividad, simbolizando un gato como icono infantil que también es consumido por niños.

El color de las letras verdes, por las hojas del árbol de naranja.



Elaborado por autoras

Fundita Ecológica de 75 gramos para las cáscaras Caramelizadas.

El símbolo del niño en la bicicleta muestra el deporte, los deportistas niños y adultos pueden consumir este producto.

La naranja muestra creatividad, simbolizando un gato como icono infantil que también es consumido por niños.

El color de las letras verdes, por las hojas del árbol de naranja

✓ **Etiqueta Posterior**

Cáscara de Naranja

Información Nutricional

Valor Energético 202 kl 47 kcal

Proteínas 0,1g

Hidratos de Carbono 11,2g

De las cuales azúcares 11,2g

Grasas 0.0g

Ácidos grasos saturados 0.0g

Fibra alimenticia 0,2g

Sodio 0,0g

Envasado con Autorización de la Propiedad de la Marca Cascarito Guayaquil

Consumir preferentemente antes del – lote: Ver Envase

Es recomendable seguir una dieta Variada, Moderada y equilibrada, así como estilo de vida saludable y nutritiva.

Los beneficios intangibles son los certificados nacionales ya que es un proceso artesanal y pasa a un proceso microindustria para obtener un mejor resultado, trabajar en conjunto con los campesinos, en un cultivo sano orgánico, para que de esta forma la cáscara no sea maltratada. Se deben utilizar insumos naturales para conservar los nutrientes.

El producto será envasado en funditas ecológicas para la conservación del medio ambiente, se incluirán recetas de cáscaras como podemos acompañar nuestras cáscaras caramelizadas y deshidratadas. El gobierno ecuatoriano está implementando las etiquetas verdes, estas serán elaboradas con papel reciclable. Una vez que el producto tenga una buena aceptación en el mercado ecológico se le ira agregando valor de venta y estableciendo nuevos nichos de mercado como por ejemplos, orgánicos.

4.13.2 Precio

Realizando una investigación con otros productos que son nuestra competencia, de frutas deshidratadas. Ya que no existe en nuestro medio el consumo de cáscaras deshidratadas y caramelizadas.

✓ Marca Comercial	Precio de Venta al Publico
Monchi	0,35
Nature's Heart	1,50

✓ **Localización de la Empresa**

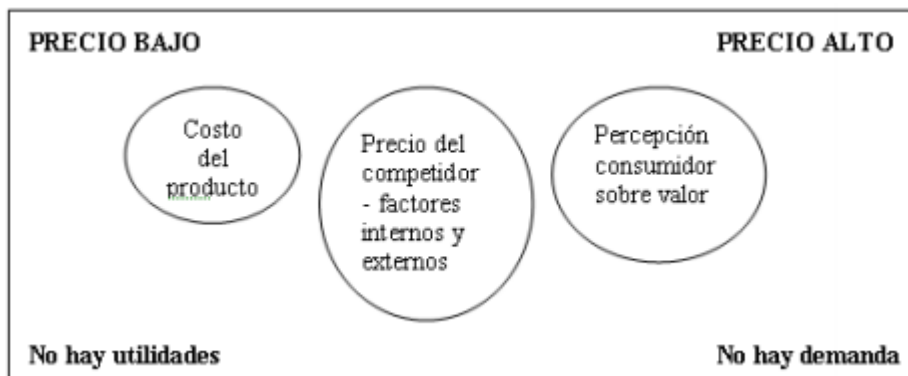
Empresa	Ubicación
Terrafertil	Quevedo
Soldram	Daule
Biolcom	Parroquia Virgen del Fátima

✓ **Definición de la Mano de Obra**

Realizar este trabajo se necesitara mano de obra para la producción y el manejo técnico ya que se requiere seleccionar las cáscaras que se encuentren en buen estado de composición, necesitaremos mano de obra de carácter comercial, ambiental, marketing y ecológico.

Para poder entrar en un mercado ecológico con un producto nuevo se tomará en cuenta las estrategias económicas de escala en el mayor volumen de producción bajan los costos obteniendo un precio competitivo, nuestros precios deben de estar por debajo de la competencia para que sea un atractivo a los clientes. El precio debe influir por la demanda estimada, mano de obra directa e indirecta, costo de la materia prima, gastos de promoción, márgenes de utilidad los instrumentos que vamos a utilizar.

Debemos tener en cuenta que si el precio se llega alterar la demanda también sufriría los mismos cambios ya que los dos van juntos. Por esta razón se debe entrar en el mercado con producto que sea aceptado, gane participación y finalmente genere utilidades.



Elaborado por Autoras.

4.13.3 Plaza

Esto también se lo llama canal, distribución ubicación o cobertura), ya que el producto se necesita poner al mercado. Un canal de distribución es una ruta factible que adquiere para la incorporación para que el producto llegue a su destino final. El productor siempre tendrá que elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vistas¹¹.

La distribución a seleccionar será uno de los sistemas más factibles a establecer, ya que es muy importante para los beneficios cuando aparecen intermediarios se adjuntan niveles de canales de distribución para ser más ligero.

Estas Frutas deshidratadas se encuentran en los supermercados de la ciudad de Guayaquil, pero nuestro producto como es elaborado artesanalmente será comercializado en el mercadillo ecológico ubicado al norte de la ciudad.

4.13.4 Promoción

Para promocionar los snacks nutritivos se dará a conocer el producto en forma gratuita en las carreras deportivas que se realizaran en la ciudad de Guayaquil, ya que así empezaran a consumir una mínima cantidad las personas que se encuentran dentro de la segmentación del mercado.

También se puede dar la oportunidad de promocionar por medio de las redes sociales o página oficial de la microempresa, la publicidad como afiches, radios e internet, de esta manera se pretende llegar al cliente con el producto de una forma fiel, se podrán crear alianzas con empresas líderes en el mercado.

Portada:

- En la parte exterior se incluirá el nombre de la empresa y del producto, con su dicha ilustración
- También se aportará con su slogan en la parte inferior.

Contra Portada

- Se pondrán recetas con las cuales podrás acompañar las cáscaras.

¹¹BACA, Gabriel Evaluación de Proyectos; Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 2001 p.54

- Nombre de la microempresa
- Dirección de la empresa
- Teléfonos
- Mail de la Microempresa

Interior

- Lista de beneficios que brinda nuestro snack nutritivo, consumidos en sus dietas diarias, bajos en calorías y rica en nutrientes.
- Características de los productos como: la marca, peso del contenido, certificado que aporten a la calidad del producto y los famosos sellos verdes.

Contenido Afiche

Este tendrá como objetivo llegar al cliente con un mensaje nutritivo saludable y novedoso para poder obtener una dieta sana, como el precio al cual está fijado en el producto.

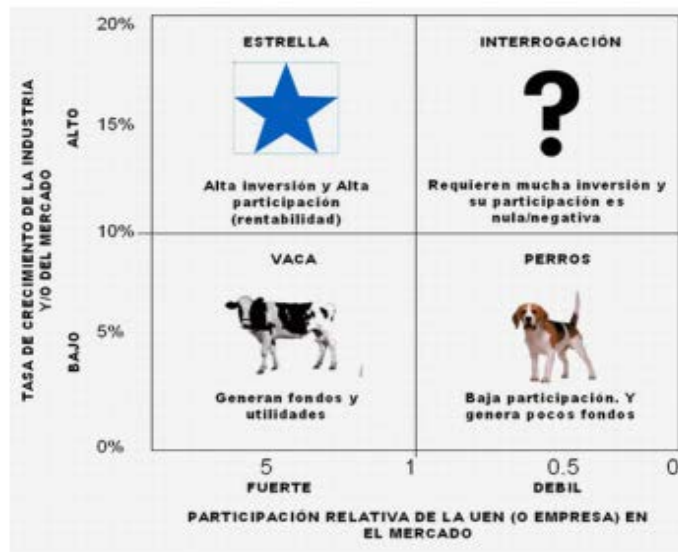
Promociones que se darán al comprar el producto, no se va a realizar ya que es un snack nuevo y podemos entrar en riesgo de pérdida ya que es una microempresa. Se planea establecer estrategias de comercialización en una pequeña escala, a través de estrategias de POP y merchandising.

Asistir a ferias que se realizan en el Centro de Convenciones de Guayaquil con el fin de obtener contactos con otras empresas.

4.14 Matriz BCG

Esto se considera una sencilla Matriz Boston Consulting Group (BCG), ya que contiene cuatro cuadrantes, cada uno muestra una estrategia diferente, de esta manera conoceremos una unidad de negocios. De esta forma, muestra una teoría del ciclo de vida de un producto. Su eje vertical permite conocer el crecimiento en el mercado, y el eje horizontal la cuota de mercado.

Figura No. 9: Participación Relativa de la Empresa en el Mercado



Fuentes: Miguel Santesmases Mestre, Francisca Sánchez de Dusso, Gabriela Kosiak, Marketing Concepto y Estrategias, edición Pirámide, 2004. Elaborado por Autoras.

Para Ingresar en el mercado ecológico de Guayaquil con las cáscaras de naranjas caramelizadas y deshidratadas como un producto incógnita, esto quiere decir un índice de crecimiento alto pero con una participación del mercado débil por estas razones;

- En el mercado ecológico de Guayaquil no son conocidas.
- Falta de experiencia en el proceso de elaboración.

Cuando el plan de marketing sea implementado, este producto obtendrá un posicionamiento de mercado en la dieta de los niños deportistas y adultos, y de esta forma aumenta su participación en el mercado, pasando a ser un producto estrella a un mediano corto plazo.

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1 Estudio Financiero

“El estudio financiero es un plan de negocios que establece la sistematización contable y financiera de los análisis realizados anteriormente donde el emprendedor decide si el proyecto es viable y rentable en el tiempo. La liquidez que genere el proyecto es para cumplir las obligaciones operacionales y no operacionales, y finalmente, la estructura financiera se lo ve reflejado en el balance general del proyecto de inversión”. (Federico Anzil, “ Estudio Financiero “ Enero 2012).

5.2 Objetivos del estudio de inversión y financiamiento

- Resolver el grado de inversión que va a implementar en este proyecto con las cifras estudiadas.
- Proyectar tablas de análisis de inversión, costos, gastos, salarios, demandas, amortización, flujos y resumen de escenarios.
- Describir la estructura de cómo debo realizar el financiamiento del proyecto y sus inversiones.

5.3 Inversión del Proyecto

La microempresa está encargada de la elaboración artesanal, comercialización y venta de snack nutritivos a base de cascara de naranja para el cuidado de la salud.

Por esta razón la inversión inicial para la puesta en marcha de la microempresa fueron los equipos deshidratadores, ollas antioxidantes para la acaremilizacion de la cascara de naranja, gastos administrativos y/o operativos para realizar el proyecto, equipos de oficinas, encerres y utensilios.

El valor considerado como inversión inicial referente Alquiler de local 35,55 m2 (sector urdesa), servicios básicos, muebles y equipos de oficinas, suministros de oficinas, enseres y utensilios, suministros y equipos de limpiezas, fue un total de \$10.384,16, el mismo mismo que se muestra como detalle en el cuadro a continuación:

Tabla No. 3: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	TOTAL
Alquiler de local 35,55 m ² (2 MESES + DESPOSITO)	\$ 2.100,00
Servicios Básicos	\$ 2.868,00
Muebles y Equipo de Oficina	\$ 2.012,64
Suministros de Oficina	\$ 32,70
Enseres y Utensilios	\$ 3.347,12
Suministro y Equipo de Limpieza	\$ 23,70
TOTAL	\$ 10.384,16

Elaboración: Autoras

5.4 Proyección de Demanda del Producto

Para poder evaluar la demanda del producto, es importante conocer la población de Guayaquil entre los 8 y 50 años de edad que son 1.664.141,00 habitantes en el mercado latente ya que de estas personas el 61,84% consumen snacks.

En la siguiente figura se muestra la distribución de la economía nacional socioeconómica, en el mercado potencial si las personas tienen poder adquisitivo para poder comprar snacks nutritivos.

Figura No. 10: Distribución de la Economía Nacional Socioeconómica

Distribución de la Economía Niveles Socio Económicos	PROMEDIO NACIONAL	Guayaquil	Quito	TOTAL Mujeres Guayaquil	TOTAL Mujeres Quito	
Nivel Alto: Más de \$4000	A	1,90%	5%	12%	24.058,35	57.641,28
Nivel Medio Alto: De \$2001 a \$4.000	B	11,20%	15%	16%	72.175,05	76.855,04
Nivel Medio: De \$901 a \$2.000	C +	22,80%	21%	27%	101.045,07	129.692,88
Nivel Medio Bajo: De \$201 a \$900	C -	49,30%	27%	31%	129.915,09	148.906,64
Nivel Bajo: Hasta 200	D	14,30%	32%	14%	153.973,44	67.248,16
TOTAL			100%	100%	481.167,00	480.344,00

Fuente: MERCAPER e INEC

El WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado tendría un 86,05% que las personas estarían dispuestos a consumirlas, este cifra se pudo sacar de acuerdo a las encuestas que su puedo realizar, que esto sería 885.544,68 habitantes.

El WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado tendría un 41,00% en el estatus (A, B y C), que están consideradas la figura establecida en la parte superior, esto sería 363.073,32 habitantes.

Tabla No. 4: Demanda del Mercado

MERCADO	CLASIFICACION	% DEL MERCADO	HABITANTES
LATENTE	HABITANTES DE GUAYAQUIL		1.664.141,00
POSIBLE	CONSUME		
	SNACKS	61,84%	1.029.104,79
MERCADO POTENCIAL	DESEA Y TIENE EL PODER ADQUISITIVO		
	WÁIKÉ	86,05%	885.544,68
	Deshidratado y Caramelizado	41,00%	363.073,32

Elaboración: Autoras

Tabla No. 5: Demanda Unidades Anuales

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL	PARTICIPACION	DEMANDA REAL APROXIMADO	FRECUENCIA DE COMPRA														DEMANDA UNIDADES ANUAL (promedio)
				1 vez a la semana	1 vez al día	1 vez al mes	2 veces a la semana	2 veces al día	2 veces al mes	3 veces a la semana	3 veces al día	3 veces al mes	4 veces a la semana	4 veces al día	4 veces al mes	5 veces a la semana	5 veces al día	
WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado	363.073,32	1,035%	3.757,81	3,91%	22,95%	7,97%	3,91%	1,46%	0,98%	9,93%	1,95%	1,79%	4,56%	0,16%	1,14%	0,81%	0,33%	583.892,61
																		48.657,72
																		1.621,92

Elaboración: Autoras

El producto WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado en el mercado potencial es de 363.073,32 y el porcentaje de la participación de snack en el mercado es del 1.035% ya que multiplicando estos dos valores dan una demanda real aproximada de 3.757,81.

De acuerdo con las encuestas establecidas anteriormente el 61,84% consumen snacks, pero de cada porcentaje de frecuencia es la compra de comida saludable una vez a la semana que da un porcentaje del 3,91%.

La demanda de unidades anual promedio es de 583, 892,61 ya que este valor es dividido por los doce mes **48, 657,72**.

5.5 Salarios

Tabla No. 6: Salarios de los Empleados

No.	Nombre del Empleado	C. I.	Fecha Nacimiento	Edad	Género	Cargo	Ciudad	Fecha de Ingreso	Tipo de Salario	Pago de Fondo de Reserva	Días IESS > 3 Días	Generales	Sueldo Base
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Jefe del Proyecto		20/06/1978	36	F	Jefe del Proyecto	Guayaquil	01/08/2014	Bruto	Empleado	0		450,00
2	Operador de Máquina		24/11/1984	29	F	Operador de Máquina	Guayaquil	01/08/2014	Bruto	Empleado	0		365,00
3	Auxiliar / Operador de Máquina		03/01/1982	32	M	Auxiliar / Operador de Máquina	Guayaquil	01/08/2014	Bruto	Empleado	0		350,00
4	Chofer		05/05/1975	39	F	Chofer	Guayaquil	01/08/2014	Bruto	Empleado	0		340,00

Elaboración: Autoras

Tabla No. 7: Salarios de los Empleados y Totales Mensuales

Sueldo Base	Sueldo asumido IESS	Sueldo asumido Empresa	Otros Ingresos		\$ 340,00	9,45%	12,15%	Total Ingreso percibido por Empleado	Total Costo para la Empresa "mensual"					
14	15	16	Horas Extra	Bonificaciones / Comisiones	13ro Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Aporte Personal	Fondo de Reserva	Total Ingreso Mensual NETO	Aporte Patronal	Días Trabajados	27	28
450,00	-	450,00	-	-	37,50	28,33	18,75	42,53	6,25	479,56	54,68	365	479,56	595,51
365,00	-	365,00	-	-	30,42	28,33	15,21	34,49	5,07	394,33	44,35	365	394,33	488,38
350,00	-	350,00	-	-	29,17	28,33	14,58	33,08	4,86	379,29	42,53	365	379,29	469,47
340,00	-	340,00	-	-	28,33	28,33	14,17	32,13	4,72	369,26	41,31	365	369,26	456,87
													TOTAL MENSUAL	2.010,22
													TOTAL ANUAL	24.122,62

Elaboración: Autoras

Podemos observar en las tablas de qué forma serán salariables nuestros empleados teniendo un gasto mensual de \$2.010,22.

Tabla No. 8: Incremento de Salarios

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	
SALARIO	240	264	292	318	340	
INCREMENTO		10,00%	10,61%	8,90%	6,92%	16,72
			0,61%	-1,70%	-1,99%	356,72
					4,92%	
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	
SALARIO	24.122,62	25791,4841	27575,8	29483,56	31523,30353	

Elaboración: Autoras

Se ha visto en los últimos cinco años ha disminuido dos puntos de porcentaje, eso favorece a los empleados ya que su sueldo a incrementado.

Mostrando del 2014 al 2018 bajo la proyección sería una tendencia a la baja a una valor aproximado del 2% por lo que sería el 2015 el incremento salarial del \$356,72. En base al incremento del 2014 que muestra un porcentaje del 6,93% se hizo la estimación de salario hasta el 2018 ya que son cinco años para el flujo.

5.6 Proyección de Ingresos Costos y Gastos

5.5.1 Estimación de costos Variables

La microempresa artesanal para la elaboración de cascara de naranja deshidratada y caramelizada, estos costos representan un factor muy importante, debido a sus dos productos, ya que cada uno posee pequeños detalles diferentes, se elaboran con la misma materia prima, dentro de los cuales no está considerando el transporte, maquinas, ya que se ve reflejado en el estado de resultado como gastos.

Tabla No. 9: Costo Elaboración de la Cascara Deshidratada

REVISION COSTO M.O. POR PRODUCTO			
NOMINA MENSUAL	2.010,22		
WÁIKÉ Deshidratado			
UN BACHT(25 naranjas)	620		
HORAS X MES	160		
HORAS X BACHT	4	40,00	
TOTAL UNID. AL MES (gramos)		24.800,00	99200,0
TOTAL UNID. AL MES (35 gramos)		2.834,29	34011,43
COSTO NOMINA PLANTA AL MES		2.010	
M.O. UNITARIA		0,0811	

Elaboración: Autoras

La nómina mensual es de 2.010,22 que ve reflejado en la tabla de salarios, realizando el procedimiento y calculando las horas por cada Bacht (bloque de naranja que entra a la maquina) al mes vamos a obtener 24.800.00 multiplicado por dos que es el tiempo de empaquetado y los otros dos que son las rejillas de las maquinas que son 99200,0 gramos.

El total de unidades el mes de 35 gramos es **2.834,29**.

Tabla No. 10: Costo Elaboración de la Cascara Caramelizada

WÁIKÉ Acaramelado			
UN BACHT(25 naranjas)	4916,67		
HORAS X MES	160		
HORAS X BACHT	3	53,33	Capacidad P.A
TOTAL UNID. AL MES (gramos)		262.222,22	524.444,44
TOTAL UNID. AL MES (75 gramos)		6.992,59	83.911
COSTO NOMINA PLANTA AL MES		2.010	9.826,88
M.O. UNITARIA		0,0077	491,3439153

Elaboración: Autoras

Tabla No. 11: Ahorro en Costo de Impresión

IMPRESIÓN - INK - JEK (ETIQUETA)	
ALQUILER MAQ COSTO DIARIO	60
IMPRIME EN UN MINUTO	30
IMPRIME EN UNA HORA	1800
IMPRIME EN 1 DIA (8horas)	14400
COSTO CADA UNO	0,0042

Elaboración: Autoras

Tabla No. 12: Ahorro en Costos

WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado	
M.P.(panela)	0,1666
M.O.	0,0887
EMPAQUE ECOLOGICO + IMPRESIÓN	0,0490
CARTON EMBALAJE	0,0388
TOTAL	0,3431

Elaboración: Autoras

Por otra parte, es tener una reducción de costos a pesar de ser una microempresa, ya que servirá para contribuir a otro rubro necesario. Ya que se está reduciendo el costo de impresión de etiquetas para la elaboración del producto.

5.6 Costos Totales

La demanda de unidades promedio anual es de 48.621,92 ya que la cantidad de productividad que lo sacamos en la tabla número 7, se encuentra reflejado el valor tomado 117. 933,54 y nuestro precio unitario sería mayor a 0,43 centavos.

El costo unitario demostrado en la tabla 9, demuestra 0,34 centavos que esto sería multiplicado por el 0,3%, que demuestra que nuestro costo de unitario debe de ser mayor a 0,45 centavos. Esto demuestra un ingreso total de 251.073,82 y un costo total de 200,330,63.

Tabla No. 13: Costos Totales

DEMANDA UNIDADES ANUAL (promedio)	CAPACIDAD PRODUCTIVA ANUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO UNITARIO	INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES
<u>583.892,61</u>	117.922,54	0,43	0,34	251.073,82	200.330,63
<u>48.657,72</u>			<u>0,1029285</u>		
1.621,92			0,45		

Elaboración: Autoras

5.7 Estimación de Gastos

5.7.1 Gastos Legales

Tabla No. 14: Gastos Legales

GASTOS LEGALES	
Documentos	Valor
RUC	\$ -
Permiso y Patente Municipal	\$ 50,00
Permiso de Bomberos	\$ 24,00
Permiso de Uso de Suelo	\$ 20,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 22,90
TOTAL	\$ 116,90
REGISTRO PATENTE	1.692,92
RENOVACION	116,00
	1.925,82

Elaboración: Autoras

Estos son los permisos que se van a utilizar para poder ejecutar la microempresa, en la propiedad intelectual (IEPI) se debe de seguir un procedimiento para el registro de una patente, ya sea esta marca o slogan, esto tiene una valor de \$1.692,92. Adicionalmente, se debe cancelar la suma de \$ 116 correspondiente a la renovación de la patente.

5.7.2 Gastos Servicios Básicos

Tabla No. 15: Gastos Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS 2015														
CONCEPTO	MESES												TOTAL DEL AÑO	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
Luz eléctrica	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
Agua	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Telefono	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 2.868,00

GASTOS MENSUAL AL DETALLE														
CONCEPTO	MESES												TOTAL DEL AÑO	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
Alquiler de local 35,55 m ²	\$ 2.100,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 9.800,00
TOTAL	\$ 2.100,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 9.800,00

Elaboración: Autoras

Tabla No. 16: Inflación del Año 2009 – 2013

INFLACION	
AÑO	INFLACION
2013	2,70%
2012	4,16%
2011	5,41%
2010	3,30%
2009	4,31%
MEDIA GEOMETRICA	3,87%

Elaboración: Autoras

5.8 Financiamiento del Proyecto

Para poder realizar la compra de los equipos que vamos a utilizar en nuestra microempresa, es necesario pedir un préstamo bancario el cual cubrirá 100% de la inversión. El préstamo que vamos a realizar es la suma de \$12000 con un tiempo de cinco años.

El préstamo será realizado al Banco del pacifico el cual cobra una tasa del 11,83% anual. Ya que el préstamo que íbamos a realizar primero lo íbamos a solicitar a la CFN pero esta corporación solo hace préstamos mínimos de \$50000.

Tabla No. 17: Tabla Amortización de la Deuda

PERIODO	PAGO	INTERES	AMORT	SALDO
0				12000
1	\$ 3.314,91	1419,6	\$ 1.895,31	\$ 10.104,69
2	\$ 3.314,91	1195,38499	\$ 2.119,52	\$ 7.985,17
3	\$ 3.314,91	944,645348	\$ 2.370,26	\$ 5.614,90
4	\$ 3.314,91	664,243205	\$ 2.650,67	\$ 2.964,24
5	\$ 3.314,91	350,669488	\$ 2.964,24	(\$ 0,00)

Elaboración: Autoras

5.9 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja es donde se demuestra los ingresos y egresos de dinero dado un periodo determinado, ya que permite conocer el grado de efectivo neto que queda una vez que se descuenten los ingresos y gastos.

(Myers, 2008).

Tabla No. 18: Flujo de Caja

FLUJO	0	1	2	3	4	5
(+) Ingreso por ventas		\$ 251.073,82	\$ 261.116,77	\$ 271.561,45	\$ 282.423,90	\$ 293.720,86
WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado		\$ 251.073,82	\$ 261.116,77	\$ 271.561,45	\$ 282.423,90	\$ 293.720,86
(-) Costo de Ventas		\$ 200.330,63	\$ 203.535,92	\$ 206.792,49	\$ 210.101,17	\$ 213.462,79
WÁIKÉ Deshidratado y Caramelizado		\$ 200.330,63	\$ 203.535,92	\$ 206.792,49	\$ 210.101,17	\$ 213.462,79
UTILIDAD BRUTA		\$ 50.743,19	\$ 57.580,85	\$ 64.768,95	\$ 72.322,73	\$ 80.258,07
(-) GASTOS OPERATIVOS		\$ (4.477,55)	\$ (53.164,59)	\$ (55.631,60)	\$ (58.248,45)	\$ (61.024,70)
Comunicación / Promoción		\$ 4.047,55	\$ 4.047,55	\$ 4.047,55	\$ 4.047,55	\$ 4.047,55
Suministro de oficina		\$ 2.405,04	\$ 2.498,03	\$ 2.594,62	\$ 2.694,95	\$ 2.799,15
Salarios		\$ 21.000,00	\$ 25.791,48	\$ 27.575,80	\$ 29.483,56	\$ 31.523,30
Servicios Básicos		\$ 2.868,00	\$ 2.978,89	\$ 3.094,08	\$ 3.213,71	\$ 3.337,97
Otros gastos adminis.		\$ 11.725,82	\$ 12.179,21	\$ 12.650,13	\$ 13.139,26	\$ 13.647,30
Transporte		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Depreciación		\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 3.027,36	\$ 4.416,26	\$ 9.137,35	\$ 14.074,28	\$ 19.233,37
(-) Gastos financieros		\$ (1.419,60)	\$ (1.195,30)	\$ (944,65)	\$ (664,24)	\$ (350,67)
UTILIDAD ANTES DE REPARTICION		\$ 1.607,76	\$ 3.220,88	\$ 8.192,70	\$ 13.410,03	\$ 18.882,70
(-) 15% de Participación de Utilidades	15%	\$ (241,16)	\$ (483,13)	\$ (1.228,91)	\$ (2.011,51)	\$ (2.832,40)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 1.366,60	\$ 2.737,74	\$ 6.963,80	\$ 11.398,53	\$ 16.050,29
(-) 22% Impuesto a la renta	22%	\$ (300,65)	\$ (602,30)	\$ (1.532,04)	\$ (2.507,68)	\$ (3.531,06)
UTILIDAD NETA		\$ 1.065,95	\$ 2.135,44	\$ 5.431,76	\$ 8.890,85	\$ 12.519,23
(+) Depreciación		\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42	\$ 669,42
(+/-) Prestamo/Amortización	(12.000,00)	\$ (1.895,31)	\$ (2.119,52)	\$ (2.370,26)	\$ (2.650,67)	\$ (2.964,24)
(-) Inversión	(10.384,16)					
(-) Capital de trabajo	(1.615,84)					
FLUJO DE CAJA BRUTO	(12.000,00)	\$ (159,94)	\$ 685,34	\$ 3.730,92	\$ 6.909,61	\$ 10.224,41
PERPETUIDAD						
(-) VALOR DE DESECHO						
FLUJO DE CAJANETO	\$ (12.000,00)	\$ (159,94)	\$ 685,34	\$ 3.730,92	\$ 6.909,61	\$ 10.224,41
VAN	\$ 1.336,50					
TIR	14,69126%		\$ (33.878,329)			
TMAR	12%					

Elaboración: Autoras

5.10 Costo de Capital Propio

Esta se define como la tasa de retorno que exige el inversionista que todo proyecto de inversión debe proporcionar. Para poder calcular la rentabilidad se procederá a estimar la tasa que desea ganar el inversionista, la base es la tasa de préstamo bancario (11,83%) más aun con un crecimiento del 4%.

Por otra parte, la tasa con la cual se traerán flujos futuros al presente es de 12%.

5.11 Tasa Interna De Retorno

Demostrando el flujo de caja del proyecto se obtiene una tasa interna de retorno del 14,69126% en comparación con la TMAR es mayor, esto demuestra que nuestro proyecto es rentable.

5.12 Valor Actual Neto

El valor actualizado neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de una serie de flujos futuros que genera un proyecto a una tasa de descuento (TMAR).

Tomando en consideración el flujo de caja del proyecto y utilizando la TMAR para descontar flujos, se pudo obtener un VAN de \$ 1.336,50 y como es un valor positivo se demuestra que es un proyecto rentable.

5.13 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta que permite calculara nuevos flujos de cajas, VAN y TIR cuando existe una variable que cambia (Gava, Ropero, Serna, & Ubierna 2008).

Esto permite medir la sensibilidad del proyecto con respecto al incremento porcentual de ventas para cada año y me permite observar los cambios que pueden ocurrir.

Tabla No. 19: Resumen de Escenarios

<u>Tasa de Crecimiento</u>	<u>VAN</u>	<u>TIR</u>
2,0%	(\$ 21.325,47)	-
2,5%	(\$ 15.738,82)	-
3,0%	(\$ 10.099,86)	-20,9%
3,5%	(\$ 4.408,21)	0,8%
3,6%	(\$ 3.263,52)	3,9%
3,7%	(\$ 2.116,71)	6,9%
3,8%	(\$ 967,77)	9,6%
3,9%	\$ 183,30	12,2%
4,00%	\$ 1.336,50	14,69126%
4,50%	\$ 7.134,65	25,43884%

Elaboración: Autoras

Podemos observar en la tabla número 15, el decremento de los ingresos ya que de esta manera el VAN se vaya reduciendo. Para que el proyecto sea rentable para el inversionista el crecimiento debería ser menor al 4%.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusión y Recomendación

Conclusiones

Realizando varios análisis de la microempresa, y estudiando todas las estrategias propuestas se finaliza de la posterior forma:

- **Incrementar la publicidad de la microempresa**

Las estrategias propuestas en los capítulos anteriores como promocionar nuestro producto mediante redes sociales, visitar diferentes Gyms, dar a conocer nuestros productos en carreras deportivas e inclusive impulsar nuestra microempresa con nuestros snacks en diferentes ferias de dulces artesanales.

- **Posicionar la marca WAIKE en Guayaquil para el año 2015**

Las estrategias propuestas en el marketing mix se necesita más de una al año para poderlas desarrollar y establecerlas en la mente de nuestros consumidores, ya que el mercado de snacks nutritivos en nuestra ciudad es pequeño, en comparación con el posicionamiento de otros snacks que no son saludables para las personas ni el medio ambiente.

- **Incremento de las Ventas**

Con el nuevo plan del gobierno de contribuir a que los niños tengan una buena alimentación dentro de las escuelas y colegios, Se puede aumentar las ventas ya que se tiene un alto porcentaje de aceptación de consumo de los snacks nutritivos, ya siendo sumadas las propuestas que están establecidas en el marketing mix.

- **Alcanzar una rentabilidad del 15% en el primer año.**

Los gastos administrativos son altos debidos a los salarios y la publicidad propuestos por el marketing mix, ya que como es un producto nuevo se debe enfocar en establecerse en el mercado lo que generará en el primer año perdida.

Conclusiones

- Debemos actualizar constantemente las publicidades en las redes sociales, innovando nuestros productos y lugares de ventas. Dando también tips de cómo puedes acompañar este delicioso snacks nutritivo. Adicionalmente continuar visitando diferentes gyms, en diferentes sectores de Guayaquil, dándolo a promocionar en diferentes colegios y escuelas, a deportista y carreras deportivas.
- Rediseñar las etiquetas de los productos, de esta manera evitando sobrecargas de información, ser un empaque atractivo, llamativo e innovador.
- Mejorar los sabores de los productos, en especial la deshidratada ya que su sabor es fuerte por ser 100% natural.
- No debe extenderse en la elaboración de muchos productos, si no enfocarse en el desarrollo y mejorar la calidad cada vez más por la competencia que esta alrededor.
- Analizar cómo se puede ingresar en otro mercado ecológico, como lo es el que se encuentra ubicado vía Samborondón.

BIBLIOGRAFÍA

Adbellah FG, Levine E. Preparing Nursing Research for the 21 st Century. Libro: *Investigación de Mercados, de Trespacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebron Laurentino, International Thomson Editores, 2005, P. 96.*

Arias Fidas G. (2006) *Proyecto de investigación a la metodología científica (5ªed) Caracas: Episteme.*

Bonta, P., & Farber, M (2012), 199 *Preguntas sobre Marketing y Publicidad, Bogotá: Norma.*

Casielles Rodolfo y Bello Acebron Laurentino, *International Thomson Editores, 2005, P. 96.*

Chacón, Silvia Angélica, *Manual de Procesamiento de frutas tropicales a escala artesanal. El Salvador (2006).*

Diccionario de marketing. (1999). España: Cultura S.A

Evolution. Methodologies, Chalges. Springer: New York; 1994

Gava, L., Roperto, E Serna G., & Ubierna A. (2008) Dirección Financiera: *Decisión de Inversión. Delta*

Kosiak, Marketing Concepto y Estrategias, edición Pirámide, 2004

Investigación de Mercados, de Trespacios Gutiérrez Juan, Vázquez

Investigación de Mercados, Miguel Santesmases Mestre, Francisca Sánchez de Dusso, Gabriela

Myers, B(2008) *Principios de Finanzas Corporativas (Septima ed.) Madrid: Mc. Graw Hill.*

Revista CAES Vol.31,Nº1, Año 2011

www.asofrucol.com.co

www.promonegocios.net/segmentacion-del-mercado.html

GLOSARIO

Endocarpio: Es la parte comestible de los cítricos (gajos).

Gajos: Este compuestas por zumo más pulpa

Albedo: esto es llamado el mesocarpio interno la parte blanca interna de la naranja.

Flavedo: Está compuesto por el Epicarpio, Epidermis más Hipodermis, esto quiere decir que son importantes los pigmentos que dan su color anaranjado a la naranja y los aceites esenciales

Eje Central: Parte que divide los gajos de la naranja.

Navel: Árbol mediano de apariencia muy oscuro de copa redondeada.

Sanguinas: Árbol mediano, su fruto contiene pigmentaciones color rojo saludable en agua.

Sedona: Maquinas Deshidratadoras

Excalibur: Maquinas Deshidratadoras

ANEXOS

Practica Física de la Elaboración del Producto

Producto 1

Deshidratación de las Cascaras de Naranja

Materiales

50 tapas de naranja (4 Kg)

Procedimiento

Se precalienta el horno a 65 grados centígrados

Se lavan las tapas de las naranjas retirando el bagazo que quede adherido a las tapas (después de la limpieza se las peso, su peso fue de 3,6 Kg)

Se las introduce al horno por 9 horas

Después de retirarlas del horno se las peso nuevamente su peso fue de 530 gramos

Al dividir la materia procesada en porciones de 75 gramos se obtienen aproximadamente 7 porciones

Figura No. 11: Muestra Final de la Cascara Deshidratada



Elaboración: Autora

Practica Física de la Elaboración del Producto

Producto 2

Caramelización de la Naranja

Materiales

3 tapas de naranja (200 gramos)

250 gramos de panela (25 ctvs)

1 litro de agua

Procedimiento

Se cocinan las tapas de naranja con la panela en un litro de agua a fuego lento hasta que se haya reducido hasta formar el almíbar (aproximadamente 1 hora)

Después se las retira para que repose y se solidifiquen (aproximadamente 2 días)

Su peso neto después del proceso es de 295 gramos

Figura No. 12: Muestra Final de las Cascaras Caramelizadas



Elaboración: Autoras