

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

TÍTULO:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS TENIENDO
COMO INSUMO BÁSICO EL AGUA DE COCO.**

AUTORES:

María Belén Ordóñez León

Proyecto de Titulación presentado para cumplir con los requisitos finales
para la obtención del título de Ingeniero (a) En Comercio y Finanzas
Internacionales Bilingüe

TUTOR:

Ing. González Soriano, Franklin Javier

Guayaquil, Ecuador

2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS

INTERNACIONALES BILINGÜE

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS TENIENDO
COMO INSUMO BÁSICO EL AGUA DE COCO.**

AUTORES:

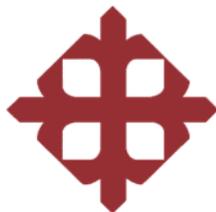
María Belén Ordóñez León

TUTOR:

Ing. Franklin Javier González Soriano

Guayaquil, Ecuador

2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. María Belén Ordóñez León, como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

TUTOR

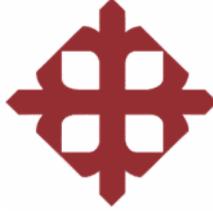
Ing. Franklin González

REVISORES

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs

Guayaquil, a los 13 días del mes de Marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María Belén Ordóñez León

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de jugos de frutas teniendo como insumo básico el agua de coco.” previa la obtención del Título de INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE, ha sido desarrollado 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 lo ya expuesto, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido

Guayaquil, a los 13 días del mes de Marzo del año 2015

AUTORA

María Belén Ordóñez León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **María Belén Ordóñez León**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la Institución del Trabajo de Titulación: "Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de jugos de frutas teniendo como insumo básico el agua de coco.", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de Marzo del año 2015

LA AUTORA

María Belén Ordóñez León

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios que es el principal motor de mi vida, el que siempre está y estará siguiendo junto a mí el cumplimiento de las metas y sueños, a mi familia, pilar fundamental para mi vida, gracias por su apoyo y constante palabras de aliento, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a mis maestros por compartir con nosotros sus alumnos sus conocimientos que nos ayudarán en nuestras vidas profesionales y sobre todo al Ing. Franklin González, mi tutor, que siempre estuvo dispuesto a ayudarme en la dirección de este proyecto

María Belén Ordóñez León

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a mis padres por ser siempre quienes nos han apoyado y guiado a formarme profesionalmente para poder alcanzar metas más profundas que me mantendrán siempre prosperando y sobre todo a Dios, a quien le debo siempre cada logro.

María Belén Ordóñez León

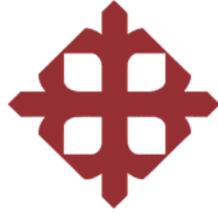


UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Franklin González
PROFESOR GUÍA O TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

Ing. Franklin González

Profesor Guía o Tutor

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	16
RESUMEN	17
ABSTRACT	18
CAPITULO I	19
1. EL PROBLEMA	19
1.1. ANTECEDENTES	19
1.2. JUSTIFICACIÓN	20
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.3.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.3.2. DETERMINACIÓN DEL TEMA	23
1.4. OBJETIVOS	23
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	23
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
1.5. VARIABLES	24
1.5.1. DETERMINACIÓN DE VARIABLES	24
1.5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	25
CAPÍTULO II.....	27
2. MARCO TEÓRICO	27
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	27
2.1.1. ZONAS DE CULTIVO Y PRODUCCIÓN.....	29
2.2. ANÁLISIS DE PROVEEDORES	31
2.2.1. FACTORES A CONSIDERAR	32
2.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	32
2.3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	32
2.3.2. MERCADO OBJETIVO	33
2.3.2.1. PERFIL DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE	33
2.3.2.2. COMERCIO EEUU – ECUADOR.....	35
2.3.2.4. PUERTOS Y AEROPUERTOS DE MIAMI	36
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	37
2.4.1. CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA	37
2.4.2. ECOLOGÍA GENERAL.....	37
2.4.3. PARTES DE LA PALMERA DEL COCO	38
2.4.4. TIPOS DE COCOTEROS	42

2.4.5.	ZONAS DE CULTIVO Y PRODUCCIÓN.....	43
2.4.6.	FORMAS DE CONSUMO DEL COCO.....	44
2.4.7.	CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES.....	46
2.4.8.	PROPIEDADES DEL COCO.....	47
2.4.9.	PROPAGACIÓN DEL COCOTERO.....	48
2.4.10.	CALIDAD DEL FRUTO.....	48
2.4.11.	PLAGAS Y ENFERMEDADES DEL COCOTERO.....	49
	PLAGAS.....	49
2.4.12.	FACTORES PREVIOS A LA RECOLECCIÓN.....	51
2.4.13.	MÉTODO DE RECOLECCIÓN.....	51
2.4.14.	FACTORES POSTERIORES A LA RECOLECCIÓN.....	53
2.4.15.	MANIPULACIÓN POSTERIOR A LA RECOLECCIÓN.....	53
2.4.16.	CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO.....	53
2.4.17.	INSPECCIÓN DE CALIDAD DE LOS COCOS RECOLECTADOS.....	54
2.4.18.	LAVADO DE LOS COCOS.....	54
2.4.19.	AGUA DE COCO Y SUS BENEFICIOS.....	55
2.4.20.	FACTORES QUE DETERMINAN LA CALIDAD DEL AGUA DE COCO.....	57
	CAPITULO III.....	61
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	61
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	61
3.2.	POBLACION Y MUESTRA.....	62
3.2.1.	CARACTERÍSTICA DE LA POBLACIÓN.....	62
3.2.2.	DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	62
3.2.3.	TIPO DE MUESTRA.....	63
3.2.4.	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	64
3.2.5.	PROCESO DE SELECCIÓN.....	65
3.2.6.	PROPUESTA DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	65
	CAPITULO IV.....	66
4.	ANALISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
	CAPÍTULO V.....	85
5.	PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JUGOS A BASE DE AGUA DE COCO.....	85
5.1.	MISIÓN.....	85
5.2.	VISIÓN.....	85
5.3.	OBJETIVOS.....	85

5.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	85
5.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	85
5.4.	LOGO	86
5.5.	SLOGAN.....	86
5.6.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	87
5.7.	LEGISLACIÓN.....	87
5.7.1.	BENEFICIOS DEL COMERCIO EXTERIOR	87
5.7.2.	NOMENCLATURA ARANCELARIA.....	89
5.8.	PROCEDIMIENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA Y EXPORTACIÓN A CONSUMO.....	89
5.8.1.	TARJETA DE REGISTRO DE IDENTIFICACIÓN DE IMPORTADOR	90
5.8.2.	FACTURA PROFORMA.....	90
5.8.3.	FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN	91
5.8.4.	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.....	91
5.8.5.	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE AÉREO.....	92
5.8.6.	CERTIFICADOS.....	92
5.8.7.	OTROS TRÁMITES OBLIGATORIOS PARA LA EXPORTACIÓN	93
5.8.8.	TIPOS DE DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL....	94
5.8.9.	TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN	94
5.9.	REGÍMENES ADUANEROS DE EXPORTACIÓN.....	95
5.10.	MARKETING MIX.....	96
5.11.	ASPECTOS DE LA PRODUCCIÓN	97
5.11.1.	PROCESO PRODUCTIVO	97
5.11.2.	ELABORACIÓN DEL JUGO DE FRUTAS	98
5.11.2.1.	CONTROL DE LA TEMPERATURA DURANTE LA ELABORACIÓN.....	99
5.11.2.2.	REDUCIR EL RIESGO DE CONTAMINACIÓN MICROBIANA EN EL PRODUCTO.....	100
5.11.2.3.	DESINFECCIÓN DE BOTELLAS Y TAPAS.....	100
5.11.2.4.	ENVASE, EMBALAJE Y DISEÑO.....	100
5.11.2.5.	ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE DEL JUGO DE COCO .	101
5.11.3.	PRESENTACIÓN DE PRODUCTO.....	101
5.11.4.	OBSERVACIONES PARA UNA RECOMENDACIÓN HIGIÉNICA	102
5.11.5.	BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN EL LUGAR DE ELABORACIÓN.....	102
5.12.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	102

5.12.1.	INVERSIÓN.....	102
5.12.2.	GASTOS	105
5.12.3.	ESTRUCTURA DE CAPITAL	107
5.12.4.	PROYECCIÓN DE VENTAS	108
5.12.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO	110
5.12.5.1.	PUNTO DE EQUILIBRIO DE INGRESO POR VENTAS.....	110
5.12.6.	ESTADOS FINANCIEROS	111
5.12.6.1.	BALANCE INICIAL	112
5.12.6.2.	ESTADOS DE RESULTADOS O ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	113
5.12.7.	CÁLCULO DE INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO 114	
5.12.7.1.	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	114
5.12.7.2.	TASA INTERNA DE RETORNO	115
	CONCLUSIONES.....	117
	RECOMENDACIONES	119

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	25
TABLA 2 PRODUCCIÓN DE COCO EN EL ECUADOR AÑO 2013	30
TABLA 3 PESOS RELATIVOS A LOS COMPONENTES DEL COCO	40
TABLA 4 PLAGAS Y MÉTODOS DE CONTROL	51
TABLA 5 CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA (DESAPROVECHAMIENTO DEL AGUA DE COCO)	66
TABLA 6 CONOCIMIENTO DERIVADOS DEL AGUA DE COCO	67
TABLA 7 CONOCIMIENTO DE DEMANDA DE AGUA DE COCO Y DERIVADOS	68
TABLA 8 CONOCIMIENTO DE DEMANDA DE AGUA DE COCO Y DERIVADOS	68
TABLA 9 INTERÉS DE PRODUCCIÓN	69
TABLA 10 INNOVACIÓN DE PRODUCTORES	70
TABLA 11 PRODUCCIÓN DE COCO	71
TABLA 12 EXISTENCIA DE INDUSTRIAS	72
TABLA 13 IMPLEMENTACIÓN DE INDUSTRIAS	73
TABLA 14 BENEFICIOS PARA MERCADOS	74
TABLA 15 FACILIDADES DE INDUSTRIA	75
TABLA 16 BEBIDAS DE PREFERENCIA	77
TABLA 17 VARIABLE IMPORTANTE AL MOMENTO DE COMPRAR	78
TABLA 18 FRUTA DE PREFERENCIA	79
TABLA 19 CONOCIMIENTO DE PRECIO DISPUESTO A PAGAR	80
TABLA 20 ENVASE DE PREFERENCIA	81
TABLA 21 FRECUENCIA CONSUMO JUGOS NATURALES	82
TABLA 22 CONSUMO BEBIDAS A BASE DE AGUA DE COCO	83
TABLA 23 MEZCLA DE FRUTAS	84
TABLA 24 MARKETING MIX	97
TABLA 25 INVERSIÓN EN MAQUINARIA	103
TABLA 26 INVERSIÓN EN VEHÍCULOS	103
TABLA 27 INVERSIÓN DE MOBILIARIOS, EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN	104
TABLA 28 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	105
TABLA 29 GASTOS ADMINISTRATIVOS	106
TABLA 30 GASTOS GENERALES	106
TABLA 31 GASTOS DE PUBLICIDAD	107
TABLA 32 INVERSIÓN DEL PROYECTO	107
TABLA 33 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	108
TABLA 34 PRÉSTAMO BANCARIO	108
TABLA 35 PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUALES	109
TABLA 36 PROYECCIÓN DE VENTAS EN 5 AÑOS	109
TABLA 37 COSTOS TOTALES	110
TABLA 38 PUNTO DE EQUILIBRIO	111
TABLA 39 BALANCE GENERAL	113
TABLA 40 ESTADO DE RESULTADOS	114
TABLA 41 ANÁLISIS DE ESCENARIOS	116

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 DESTINOS DE EXPORTACIÓN SECTOR AGROINDUSTRIAL	28
FIGURA 2 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO PETROLEROS	29
FIGURA 3 VARIACIÓN DE RECOLECCIÓN DE FRUTO.....	31
FIGURA 4 MAPA POLÍTICO DE ESTADOS UNIDOS.....	33
FIGURA 5 EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS	35
FIGURA 6 ESTRUCTURA DE LA PALMERA Y SU FRUTO	38
FIGURA 7COMPARACIÓN DEL PH Y EL NIVEL DE TURBIDEZ EN EL AGUA DE COCO.....	52
FIGURA 8 COMPARACIÓN DEL NIVEL DE ÁCIDOS GRASOS LIBRES (% AGL) EN EL AGUA DE COCO	52
FIGURA 9 CONTENIDO NUTRICIONAL DEL AGUA DE COCO. (PARA 100 ML)	57
FIGURA 10 PH Y GRADOS BRIX.....	59
FIGURA 11 CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA (DESAPROVECHAMIENTO DEL AGUA DE COCO).....	66
FIGURA 12 CONOCIMIENTO DERIVADOS DEL AGUA DE COCO	67
FIGURA 13 INTERÉS DE PRODUCCIÓN	69
FIGURA 14 INNOVACIÓN DE PRODUCTORES	70
FIGURA 15 PRODUCCIÓN DE COCO	71
FIGURA 16 EXISTENCIA DE INDUSTRIAS	72
FIGURA 17 IMPLEMENTACIÓN DE INDUSTRIAS.....	73
FIGURA 18 BENEFICIOS PARA MERCADOS	74
FIGURA 19 FACILIDADES DE INDUSTRIA	75
FIGURA 20 BEBIDAS DE PREFERENCIA	77
FIGURA 21 VARIABLE IMPORTANTE AL MOMENTO DE COMPRAR.....	78
FIGURA 22 FRUTA DE PREFERENCIA	79
FIGURA 23 CONOCIMIENTO DE PRECIO DISPUESTO A PAGAR.....	80
FIGURA 24 ENVASE DE PREFERENCIA	81
FIGURA 25 FRECUENCIA CONSUMO JUGOS NATURALES	82
FIGURA 26 CONSUMO BEBIDAS A BASE DE AGUA DE COCO	83
FIGURA 27 MEZCLA DE FRUTAS.....	84
FIGURA 28 LOGO DE LA EMPRESA	86
FIGURA 29 ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	87
FIGURA 30 PROCESO PRODUCTIVO.....	97
FIGURA 31 CAMBIOS DE PH Y GRADOS BRIX.....	99

INTRODUCCIÓN

En los tiempos actuales los mercados internacionales están abiertos para atender los requerimientos de nichos de mercado menores y seguramente no tan competitivos, sin embargo estos pequeños nichos tienen mucho potencial en materia prima y mano de obra, que no han sabido explotar o a los que no se les permitió hacerlo debido a circunstancias propias de su país de origen, tales como las del tipo comercial y fiscal.

Como se conoce las principales exportaciones que el Ecuador realiza hacia los países del norte, específicamente EEUU Y Canadá, se reducen a muy pocos productos, entre los que se destaca el banano, el cacao y sus derivados y las flores, entre otros. Sin embargo estos mercados no se encuentran cerrados a aceptar nuevas propuestas de los países de menor crecimiento, el interés de estos países se centra mayoritariamente en la variedad de frutas que producimos, esto beneficia al Ecuador, el que al ser un país que cuenta con regiones tan diferentes en cuanto a clima y producción de frutas.

El interés por el consumo de productos naturales ha ido incrementando, ya que como es de conocimiento general, el estilo de vida y la gran cantidad de insumos conocidos como comida rápida, son ingeridos a diario y en gran cantidad por los habitantes de mencionado país, lo que genera una oportunidad de ingreso al mercado, produciendo jugos naturales que tengan beneficios para la salud del ser humano.

RESUMEN

El Ecuador en la actualidad, se encuentra con programas que promueven la producción nacional para la integración en mercados internacionales, dando apertura a pequeñas y grandes empresas a comercializar sus productos incrementando así el nivel de exportaciones y al mismo tiempo ingresos en el país.

Esta incentivación ayuda a generar un mayor nivel de competitividad en la producción nacional, teniendo en cuenta que el Ecuador es un país fundamentalmente agrícola, que se distingue por sus vastas zonas de cultivos, por lo tanto es una gran oportunidad para aprovecharlos y obtener beneficios tanto para la generación de trabajo como para el comercio, lo que claramente ayuda a la economía nacional.

El proyecto permitirá a futuros emprendedores acceder a este mercado tan cotizado y abierto a recibir productos de calidad que satisfagan su consumo interno, servirá además como pauta al momento de constituir una compañía que pretenda exportar, ya que se hará énfasis en la parte relativa a la producción y elaboración de los productos terminados, así como en la parte financiera tanto en la obtención de recursos financieros, capital de trabajo, análisis de costos, definición de márgenes de utilidad y de pérdidas esperadas.

ABSTRACT

The Ecuador currently have programs that promote national production for integration into international markets, with openness to small and large companies to market their thus increasing the level of exports products while income in the country.

This incentive helps generate a higher level of competitiveness in national production, given that Ecuador is a largely agricultural country, distinguished by its vast areas of crops, so it is a great opportunity to take advantage and benefit both for generating work and for trade, which clearly helps the national economy.

The project will permit future entrepreneurs to access this premium market and open to receive quality products to meet internal consumption, will also serve as a guideline when constituting a company that intends to export, as it will focus in part on the production and processing products, as well as the financial part both in obtaining financial resources, working capital, cost analysis, define margins and expected losses.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

Propuesta de implementación de una empresa dedicada a la elaboración de Jugos de frutas teniendo como insumo básico el Agua de Coco para su exportación al mercado estadounidense.

1.1. ANTECEDENTES

Conociendo que el Ecuador es un país célebre a nivel mundial por la producción y exportación de productos tradicionales tales como el banano y el cacao; la propuesta apunta a aprovechar ese reconocimiento mundial a las frutas ecuatorianas para promover la exportación de las mismas y elaborados del coco a países en los que nuestros productos ya han sido catalogados como excelentes para el consumo, de ahí supone la intención de llegar al mercado Estadounidense, con elaborados de otras frutas distintas a las tradicionales.

Las exportaciones que realizó el país al mundo, en el 2013, se ubicaron en 24.922 millones y las frutas representan el 9,9% de esas ventas. Lo que implica que es un sector muy importante para la economía del país, no sólo por los ingresos sino por la generación de empleo. (Macas, 2014, c.p. Revista El Agro, 2014)

Ecuador debido a su situación climática posee grandes oportunidades de explotación, ya que permite la siembra de distintos productos tropicales y exóticos por aprovechar y hacer de éstos un mercado al cual enfocarse ya sea con los productos primarios o con su debida industrialización e acuerdo a la demanda.

Diariamente se ha observado en diarios y prensa televisiva, artículos y temas referentes a la exportación de productos tradicionales, tales como el banano, cacao, flores, etc., lo que permitió suponer el envío de productos derivados de otras frutas a mercados norte americanos, considerando a EEUU como punto de destino, debido al incremento en el consumo de frutas producidas en Latinoamérica por este país. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [Pro Ecuador], 2013).

El incremento del consumo de frutas seguirá aumentando en los Estados Unidos, se estima que las importaciones de frutas pasarán de USD \$8,300.00 millones en 2013 de los USD \$13,400 millones en 2023. (Pro Ecuador, 2014).

La preferencia por incluir en la alimentación diaria productos naturales y saludables para combatir y disminuir el grado de enfermedades y obesidad presentes en el país, ha generado una oportunidad para los que tienen negocios vigentes con Estados Unidos y para aquellos que deseen ingresar a dicho mercado, generando un valor agregado se puede incrementar el nivel de exportaciones del Ecuador, aprovechando al máximo las características climáticas y tierra fértil que posee.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El aumento de la conciencia sanitaria y de la demanda del consumo del agua de coco que valora las características de su sabor natural y de su aroma, han aumentado el interés por identificar alternativas para la conservación del producto. El creciente interés del consumidor por este producto, como bebida refrescante y como bebida saludable debido a sus vitaminas, nutrientes y

oligoelementos beneficiosos para el consumo humano, ha ampliado considerablemente sus oportunidades de mercado.

El coco posee un alto contenido de agua y minerales que contribuyen a la hidratación natural del cuerpo humano, un nivel bajo de azúcares y grasas, minerales y oligoelementos que contribuyen en las funciones cardiovasculares, minerales como el zinc y selenio que la convierten en un medio antioxidante y ciertos carbohidratos y grasas saturadas que tienen un efecto energético y aportan en la presión sanguínea, es decir, posee un sin número de beneficios saludables y vigorizante.

Según (Pro Ecuador, 2014), las bebidas listas para tomar sobre todo energizantes aumentaron su nivel de ventas en relación a otras bebidas, con un incremento promedio de 10.1% durante los últimos 5 años, esperando que al 2019 se ofrezcan dichos productos energéticos naturales y orgánicos.

Estas crecientes oportunidades han hecho necesario que el agua de coco sea accesible en un formato diferente pero novedoso. De tal manera, es notoria la necesidad de implementar una empresa que se dedique a la elaboración de Jugos naturales a base de Agua de Coco como un derivado de la misma para satisfacer la demanda potencial que existe en algunos países desarrollados como Estados Unidos, y de esta forma garantizar el crecimiento del interés productivo y asegurar la disminución del desperdicio del Coco, generando empleo y prosperidad económica al productor y comerciante, además de ofrecerle al consumidor una novedosa alternativa para el consumo de derivados del agua de Coco.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El clima de Milagro es muy adecuado para la producción de distintas frutas tropicales, entre las cuales está el coco. De dicha fruta comúnmente es aprovechada su pulpa para la elaboración de diferentes productos terminados como son helados, galletas, pasteles, etc, aunque también se la consume directamente. Sin embargo, no se aprovecha el agua de coco como insumo para la producción de derivados, generando un alto desperdicio de este producto y limitando el aporte de valor agregado a la economía.

Es importante mencionar que el desconocimiento por parte de productores de posibles mercados con demanda potencial de productos elaborados a base de agua de coco, genera un desabastecimiento en la demanda de algunos países, entre ellos Estados Unidos de Norte América.

Cabe notar también que, la falta de competencia en la producción y elaboración de productos a base de agua de coco, genera desinterés en la comercialización por parte de los productores.

Además, el deficiente grado de innovación al momento de buscar alternativas de producción de bienes nacionales con calidad de exportación causa una desconsiderada pérdida económica tanto en comerciantes como en productores.

Al no aprovechar la gran producción de coco en ciertos cantones del Ecuador, específicamente en la provincia del guayas, cantón Milagro, de donde se obtendrá el fruto para el proyecto, que en la actualidad alcanza niveles de hasta 8000 cocos/día, generando un producto novedoso pero sobre todo tradicional y saludable, se perdería la oportunidad de ingresar al mercado

extranjero garantizando nuevas fronteras comerciales para los productores de coco y consecuentemente estabilidad y prosperidad económica.

Si no se abastece la demanda potencial de países extranjeros, estos buscarán nuevas alternativas de negociación con otros países dejando a un lado a Ecuador y por tanto generaría una significativa disminución en la producción y por ende pérdida económica.

1.3.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: Comercio Exterior

Área: Producción

Alineación: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Urbano marginal

Tema: Procesamiento y elaboración de derivados del agua de coco

Problema: El desaprovechamiento de la producción de agua de coco en el país frente al incremento de la demanda en EEUU de frutas como productos naturales y saludables.

1.3.2. DETERMINACIÓN DEL TEMA

Producción y comercialización de productos derivados del Agua de Coco en el sector Industrial de Guayaquil.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad de producir jugos a base de agua de coco y su exportación al mercado estadounidense.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Medir el nivel de interés de los productores en el cultivo de Coco, con la finalidad de impulsar el procesamiento del agua de Coco.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en Estados Unidos.
- Analizar los diferentes factores que intervienen en la producción de jugos de frutas a base de agua de coco.
- Desarrollar una propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas a base de agua de coco.
- Determinar la viabilidad financiera de la propuesta.

1.5. VARIABLES

1.5.1. DETERMINACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES INDEPENDIENTES

Agua de coco y sus beneficios

VARIABLES DEPENDIENTES

Nivel de Producción de Coco

Valor Agregado

Comercio Interno y externo

1.5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

TABLA 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICION	INDICADORES
Valores Agregados	Valor económico o valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.	Entrevistas
Nivel de Producción de Coco	Se refiere a la magnitud de la producción cuando ésta ha sido reducida a menos de su (máxima) “capacidad productiva” con la finalidad de ajustarse a las condiciones del mercado.	Estadísticas del Banco Central.
Comercio Interno y Externo	Comercio interno es el que se realiza dentro del país, entre las mismas provincias. Mercado externo es el comercio internacional, el que se	Estadísticas del Banco Central.

	produce en el resto del mundo y que influye en la economía del país.	
--	--	--

Elaborado por: Autor

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Nombre científico: Cocos Nucifera

El origen del cocotero, cocos nucifera, conocido también como árbol de la vida, ha sido discutido a través del tiempo por diferentes estudiosos, sin embargo se estima proviene del Suroeste Asiático y su producción se localiza en zonas tropicales del mundo entero.

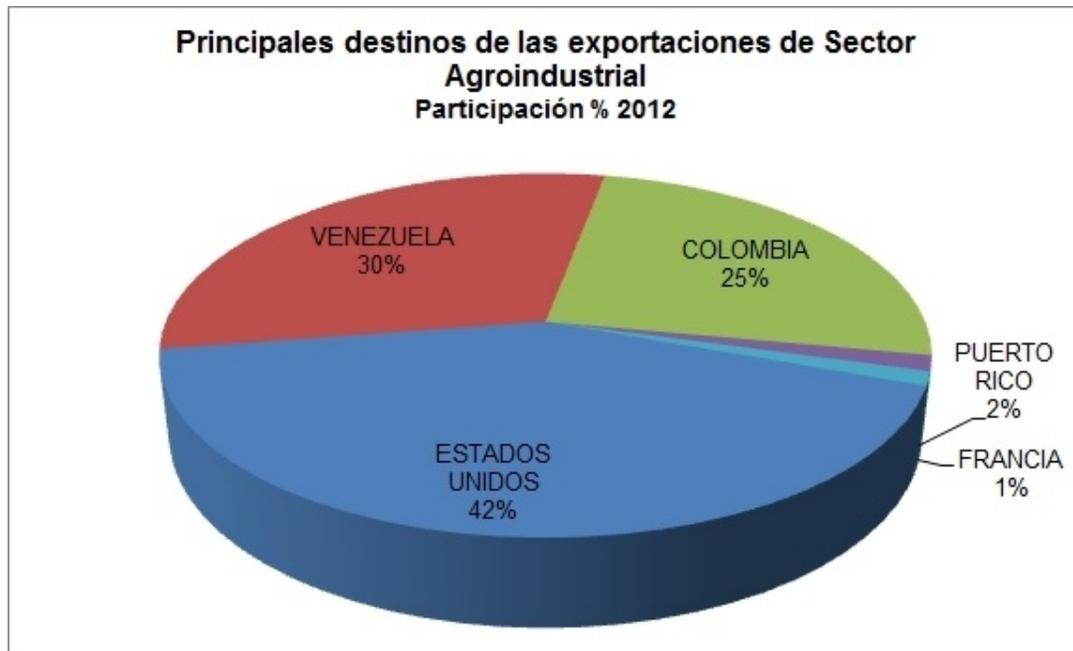
A partir del cocotero se derivan un sin número de productos tales como el aceite, artesanías, productos cosméticos, jabones, combustible, bebidas, por lo cual se considera un cultivo de relativa importancia económica en diversos países.

Los cultivos oleaginosos han sido uno de los sectores de mayor y rápido crecimiento mundial, siendo éstos los de mayor expansión de tierras agrícolas en el mundo, con un aumento de 75 millones de ha entre 1974-76 y 1997-99, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013).

Sánchez (1984, p.81) estimó que hay cerca de cuatro millones de hectáreas cultivadas en el mundo. Entre los principales países productores se mencionan Filipinas, India, Ceilán y Malasia. Constituye también un cultivo importante en las islas de los mares del sur, en África, América Latina y en las islas del Caribe.

En el Ecuador el incentivo de la producción de productos agrícolas y sus derivados va en aumento, lo cual genera un incremento de las exportaciones agroindustriales a diferentes países, tales como Estados Unidos, Venezuela, Colombia, Puerto Rico y Francia.

FIGURA 1 DESTINOS DE EXPORTACIÓN SECTOR AGROINDUSTRIAL



Fuente: Pro Ecuador

La mayor parte de tierras cultivadas con cocotero se encuentran ubicadas principalmente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro. Donde se encuentra el 85% del total cultivado. Sin embargo, puede encontrarse hasta los 400 metros sobre el nivel del mar. (Revista El Agro, 2013, p.36)

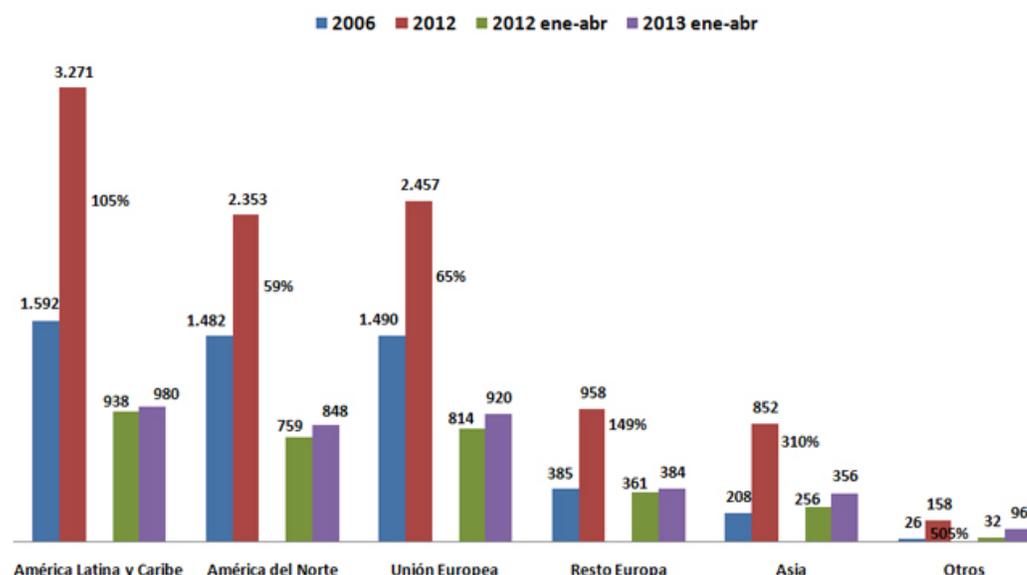
La copra en América se ubica desde Florida hasta Brasil, es decir en aquellas regiones de clima tropical. La producción obtenida en estas zonas es

modesta, comparada con la de los principales países productores del continente asiático.

Los países productores de América y el Caribe se han enfocado más hacia el mercado europeo y norteamericano.

En la siguiente figura se muestra el monto total en dólares americanos de las exportaciones de mercancías del Ecuador a los diferentes países con los que realiza transacciones comerciales.

FIGURA 2 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO PETROLEROS



Fuente: Banco Central

2.1.1. ZONAS DE CULTIVO Y PRODUCCIÓN

Ecuador está situado al Noroccidente de América del Sur, colindando al Norte con Colombia, al Sur y Oriente con Perú y al Occidente con el Océano Pacífico, debido a su ubicación y a la Cordillera de los Andes y las formaciones volcánicas el Ecuador cuenta con cuatro regiones naturales que son: Región

Costa, Sierra, Oriente y el Archipiélago de Galápagos, cada una tiene características particulares que han determinado su flora y su fauna.

Tabla 2 PRODUCCIÓN DE COCO EN EL ECUADOR AÑO 2013

Provincia	Hectárea plantada	Tonelada producida anual
Esmeraldas	701	7010
Guayas	210	1620
Manabí	175	770
Sucumbios	165	760
Loja	105	585
Napo	60	260
Orellana	22	95
Galápagos	2	6

Fuente: Centro de Información Proyecto SICA, Direcciones Provinciales MAG
Agencias de Servicios Agropecuarios

De acuerdo al último Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo 2004 Ecuador cuenta con plantaciones de 88.644 árboles de Cocotero, el cual producen 4.606 Toneladas Métricas al año y se venden 1.778 Toneladas Métricas a diferentes mercados internacionales como EEUU y la Unión Europea.

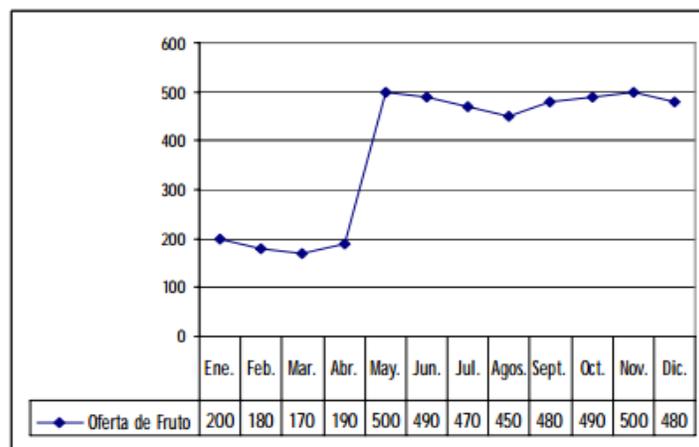
La zona más productiva del cocotero es la provincia de Esmeraldas en donde se lo utiliza en la microempresa para la elaboración de cocadas, caramelos, así como en comidas típicas como el encocado de pescado; siguiendo Guayas, Manabí y Los Ríos.

Para el presente proyecto se ha considerado la zona de Guayas, específicamente la ciudad de Milagro, donde están situados grandes sembríos de cocotero que serán nuestros abastecedores de materia prima.

La Zona cuenta con programas de corte y recolección de fruto, donde establece una recolección de 10,000 coco/día en el verano, y 5,000 cocos/día en el invierno.

Efectuando el corte 5 días a la semana se volvería a tocar la misma planta exactamente en un mes, ya debido a esto, puede establecerse una cantidad con la cual se abastecerían en el año; pero que varía con la temporada que son 4 meses en el año.

FIGURA 3 VARIACIÓN DE RECOLECCIÓN DE FRUTO



Fuente: Registros de Zona

2.2. ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Al describir las características de los proveedores corresponde hablar de los productores ubicados en la zona antes mencionada, ya que lo que se busca es tener nuevas opciones para la utilización del coco, que actualmente se vende entero al exterior sin ningún valor agregado a precios de hasta \$ 0.60 por unidad, presentando de esta forma un uso inapropiado del mismo.

2.2.1. FACTORES A CONSIDERAR

Aunque el mercado abastecedor parezca prometedor, deben considerarse algunos fenómenos naturales que afectan al cultivo, como plagas, tormentas. Deberá considerarse el uso de otras fuentes de abastecimiento local de manera temporal, pero sin perder la idea central de aprovechar al máximo el cultivo.

2.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En la actualidad hay una sobreproducción de la fruta a nivel nacional, lo que provoca una baja de los precios, afectando a pequeños y medianos productores. Esto es muy importante, ya que también afecta directamente el monto de los salarios e ingresos de los pequeños productores.

Actualmente el coco es una fruta con gran demanda tanto el mercado interno como externo. Milagro es conocida como la ciudad de agrónoma por su gran producción de fruta y calidad. Ya que esta fruta es usada para su exportación.

Los productores han decidido continuar con su producción ya que a pesar del tiempo y procesos que requiere la fruta, su utilidad es muy buena. Por lo tanto muchos de ellos han decidido invertir un buen capital para la siembra de esta fruta.

El coco de Milagro es también muy demandada debido a que aún los productores milagreños no usan muchos químicos, es decir no fuerzan a la fruta para lograr rápidamente su etapa de maduración.

2.3.2. MERCADO OBJETIVO

2.3.2.1. PERFIL DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

FIGURA 4 MAPA POLÍTICO DE ESTADOS UNIDOS



Fuente: Pro Ecuador

Estados Unidos limita al norte con Canadá, al sur con México, al este con el Océano Atlántico y el Mar Caribe, y al oeste con el Océano Pacífico.

Capital

Washington, DC es la ciudad capital de los Estados Unidos de América y constituye por sí misma el Distrito de Columbia (DC).

Superficie

9'631,418 de km² y una extensión de 4,500 km. De este a oeste y 2,575 km. De norte a sur.

Población

Asciende a 318 millones de habitantes, la población urbana es del 82.4% y la tasa de crecimiento estimada de la población al 2014 es de 0.77%

Clima

Estados Unidos cuenta con climas tropicales en Hawai, y Florida, y clima ártico en Alaska, climas templados en California y húmedos en los Estados del Nordeste. Las lluvias generalmente son escasas en la zona sureste, y más abundantes en la zona noroeste, ya que se encuentra cerca del Océano Pacífico.

Idioma

No tiene un idioma oficial a nivel federal, pero el más predominante es el inglés, seguido del español y otros en minoría.

Moneda

Dólar estadounidense USD.

Gobierno

Estados Unidos es la federación más antigua del mundo. Es una república constitucional, democrática y representativa, "en la que el mandato de la mayoría es regulado por los derechos de las minorías, protegidos por la ley". El gobierno está regulado por un sistema de controles y equilibrios, definidos por la Constitución, que sirve como el documento legal supremo del país, los ciudadanos están generalmente sujetos a tres niveles de gobierno: federal, estatal y local

Economía

Es la primera potencia económica mundial y el principal exponente del desarrollo capitalista. Genera alrededor del 25 % del PIB mundial, ocupa el primer lugar en producción agrícola, minera, energética e industrial.

Exportaciones

Productos agrícolas, maquinaria industrial, trigo, cereales, maíz, soya, tabaco.

Importaciones

Productos agrícolas que principalmente se cosechan en climas tropicales. Además de preparaciones dentales y petróleo.

2.3.2.2. COMERCIO EEUU – ECUADOR

FIGURA 5 EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS



Fuente: Banco Central del Ecuador

Ecuador ha mantenido resultados positivos en la balanza comercial con Estados Unidos durante los últimos años. El crecimiento de la balanza comercial entre los dos países desde el año 2007 hasta el 2014.

2.3.2.3. MERCADO META

El mercado al cual se enfocará el proyecto es Florida, con clima tropical, ubicada en la región sur de Estados Unidos, por ser esta una de las potencias

comerciales internacionales, con una población de 18'801,310 habitantes según el último censo realizado en el 2010, siendo el 22% población hispana.

Segmentación de Mercado

El segmento de mercado está constituida por los habitantes entre 20 y 50 años, de clase media, residentes en Miami, debido a la privilegiada situación geográfica que ésta ciudad posee con relación a clima y logística.

Cabe recalcar que el producto puede ser consumido por personas de cualquier edad sin embargo se especifica dicho segmento por ser edades en las cuales existe un mayor nivel de concientización y conocimiento de los beneficios del consumo de productos naturales que contengan algún valor agregado que puede mantener el buen estado de salud a base de proteínas y nutrientes.

2.3.2.4. PUERTOS Y AEROPUERTOS DE MIAMI

Aeropuerto Internacional de Miami.

El Aeropuerto Internacional de Miami, situado a 11 kilómetros al noroeste de la ciudad en un área no incorporada del condado, sirve a la ciudad y a su área como aeropuerto principal, inaugurado en 1928, tiene varios vuelos a distintas partes del mundo, es el de mayor tránsito internacional del país después de New York JFK y Los Ángeles LAX. Y al mismo tiempo forma parte de la conexión entre Latinoamérica y el Caribe.

Puerto Marítimo de Miami

Miami posee uno de los puertos más grandes de Estados Unidos: el Puerto de Miami, es el principal de carga desde y hacia América, tiene 12.83 metros de calado por lo que recibe también cruceros.

Por tal motivo el comercio a través del puerto de Miami es uno de los más grandes con relación a América Latina y el Caribe.

Vía Terrestre

La infraestructura de Estados Unidos con respecto a transporte terrestre se encuentra muy desarrollada, se compone por 6'586,610 km en red de carreteras conectando a los 50 estados, ocupando el primer lugar del mundo.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

2.4.1. CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA

- Reino: Plantae
- Clase: Liliopsida
- Orden: Arecales
- Familia: Arecaceae
- Género: Cocos

2.4.2. ECOLOGÍA GENERAL

La humedad atmosférica debe ser de 80 a 90% con un promedio mensual no menor de 60%. La temperatura media anual debe ser de 26.8°C, con temperaturas medias máximas de 30.1°C, y medias mínimas de 23.5°C. La distribución de la precipitación durante el año debe ser lo más homogénea posible y no ser menor de 1,600 mm, con un período seco no mayor de tres

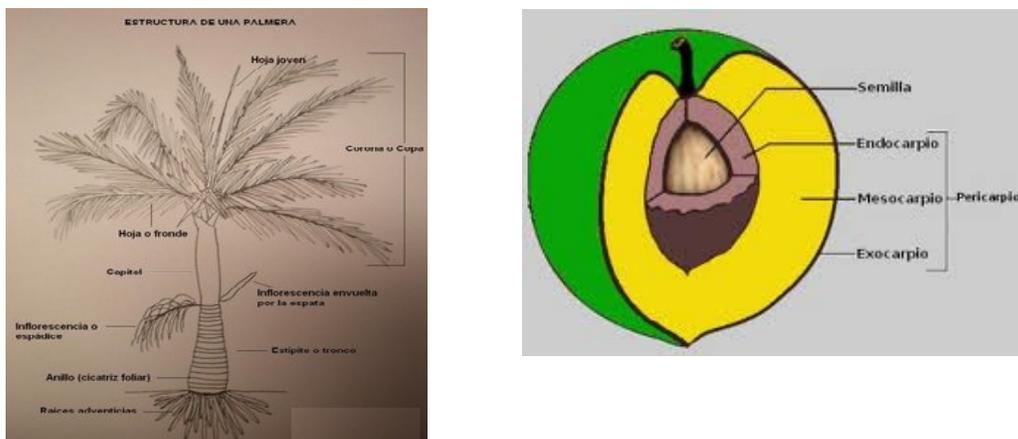
meses. La ubicación de las huertas madre y los viveros debe de preferirse entre los 0 y los 300 msnm, y debe estar localizada entre los dos paralelos de latitud 20° (Cortázar, 2011).

Los cocoteros se han expandido a través de muchas de las zonas tropicales del mundo, ayudado probablemente en muchos casos por el factor humano, es una semilla resistente, es propagado a grandes distancias por las corrientes marinas, llegándose a ver cocos flotando en las costas del mar de Noruega y aun con posibilidades de ser germinados después en lugares adecuados.

La planta puede encontrarse en la orilla de playas tropicales arenosas del Mar Caribe, Océano Índico y Pacífico. Cultivada se da en otros zonas de clima caliente. Normalmente pueden crecer desde el ecuador hasta los paralelos 28° de ambos hemisferios, no tolera el frío, las grandes alturas, la lejanía del mar, suelos duros y escasos de sal.

2.4.3. PARTES DE LA PALMERA DEL COCO

FIGURA 6 ESTRUCTURA DE LA PALMERA Y SU FRUTO



Fuente: Editorial Las palmeras por Juan R. Montosa

Tronco: El tronco delgado y sin ramas, alcanza más o menos a una altura comprendida entre los 20 y 25 m, o más. Sin embargo, el crecimiento en altura cambia de acuerdo a la variedad; las variedades Enanas rara vez llegan a una altura de más de 12 m después de 25 años, en la altura influyen el clima, el suelo y las prácticas culturales.

Patel (1938) informó de una correlación la altura de una palmera y la productividad; los árboles más altos de una plantación tienden a producir mayor número de cocos.

El diámetro del tronco es de 30 a 40 cm., alcanzando algunas veces 1m en la base. El tronco presenta cicatrices que muestran los puntos de inserción de hojas de palma desprendidas. Un estudio de cualquier cocotero puede proporcionar información sobre su anterior ritmo de crecimiento y rendimiento.

Raíz: El sistema radicular del cocotero es fasciculado. Las raíces primarias son las encargadas de la fijación de la planta y de la absorción de agua. Las terciarias que se derivan de las secundarias, son las verdaderas extractoras de nutrientes.

Las raíces activas se localizan en un radio de 2 metros del tronco, a una profundidad entre los 0.2 a 0.8 metros, dependiendo de la profundidad efectiva del suelo y de la profundidad del nivel freático.

Hojas: Son pinnadas, de 1.5-4m de longitud, con folíolos coriáceos de 50-70cm de longitud, de color verde amarillento.

Flores: Posee inflorescencias paniculadas que nacen en las axilas de las hojas inferiores, protegidas por una bráctea llamada espata de hasta 70cm de longitud y se desarrolla en 3 o 4 meses.

Polinización: Puede ser anemófila o entomófila. En el caso de los cocoteros enanos es simultánea, por tanto hay un porcentaje alto de autofecundación.

Fruto: Es una drupa, cubierto de fibras, de 20-30 cm de longitud con forma ovoidal, pudiendo llegar hasta 2,5kg.

Está formada por una cascara externa amarillenta, correosa y fibrosa (exocarpo) de 4 o 5cm de espesor con forma de pelos fuertemente adheridos a la nuez; una capa intermedia fina (mesocarpo) y otra más dura (endocarpo) que dispone de tres orificios próximos en disposición triangular.

La pulpa es comestible conteniendo en su cavidad central un líquido azucarado conocido como agua de coco y que en cantidad aproximada de 300gr se encuentra encerrada en el interior del fruto.

TABLA 3 PESOS RELATIVOS A LOS COMPONENTES DEL COCO

PARTES	PORCENTAJE
Cáscara	33%
Casco	15%
Carne	30%
Agua	22%

Fuente: El cocotero

Raíces: El sistema radicular es fasciculado. Las raíces primarias son las encargadas de la fijación de la planta y de la absorción de agua.

Las raíces terciarias derivan de las secundarias, y son las verdaderas extractoras de nutrientes.

Inflorescencia: Posee inflorescencias paniculadas, axilares, protegidas por una bráctea llamada espada. La espada se desarrolla en 3 o 4 meses, después abre y libera las espigas. Cada espiga posee flores masculinas en los dos tercios terminales y femeninas en el tercio basal.

En los cocoteros gigantes las flores masculinas se abren antes que las femeninas estén receptivas, induciendo así la polinización cruzada. En el caso de los enanos la apertura es simultánea, por tanto hay un porcentaje alto de autofecundación.

Propagación. Los cocos frescos de la planta se entierran hasta la mitad con las cáscaras en un suelo húmedo. Si se mantiene una humedad constante estos comienzan a brotar en dos o tres meses, siendo al principio su crecimiento bastante lento hasta después de la maduración de la palma. Debido a sus fuertes espinas desde la germinación, los animales no se alimentan de las plántulas.

Es la palmera más cultivada e importante del mundo, ya que actualmente es la principal especie productora de grasa vegetal. Es una de las plantas que proporciona una mayor diversidad de productos del mundo, siendo una fuente primaria de alimento, bebida y de abrigo.

La distribución de la palma de coco se extiende por la mayoría de las islas y de las costas tropicales y en algunos lugares fuera de la zona tropical. Su cultivo se localiza en Indonesia, India, Filipinas, Malasia, Centroamérica y África tropical.

El principal producto exportado es la copra sin procesar seguido del coco desecado. La diversidad y potencialidad del coco contribuye de manera considerable al sector económico de los países productores.

El mercado más interesante del coco es el agua envasada tanto en Asia como en Europa y Norteamérica ya que se trata de una bebida con mucha aceptación y el mercado consume cantidades mayores cada año.

En ciertos países europeos, encuentra su mejor salida en fresco y donde su demanda es verdaderamente importante al ser protagonista indiscutible en ferias y verbenas.

2.4.4. TIPOS DE COCOTEROS

Los tipos de cocoteros se clasifican en función de su altura en gigantes, enanos e híbridos y dentro de cada grupo existen un gran número de variedades de acuerdo con su localidad de origen

Cocoteros gigantes. Son empleados para la producción de aceite y para consumo como fruta fresca, aunque su contenido de agua es elevado, el sabor es poco dulce.

Tiene una longevidad de 40-90 años, son robustos y prosperan en todo tipo de suelos y condiciones climáticas. Comienzan a florecer a los 8-10 años de ser plantados. Entre sus ventajas destacan el tamaño del fruto, la robustez de la planta y el contenido elevado de copra. Es débil a las plagas.

Cocoteros enanos. Tienen una longevidad de 30-35 años. Prosperan en suelos fértiles y florecen al cuarto año de ser plantados.

En variedades enanas la producción media es de 150-240 frutos por planta al año. Debido al sabor del agua, su principal uso es la producción de agua para consumo en bebidas envasadas, por el pequeño tamaño del fruto es poco atractivo para consumo como fruta fresca. Es resistente a las plagas.

Hay tres tipos de cocos enanos: Enano amarillo, Enano verde y Enano naranja.

Híbridos (MAYPAN). Son el producto del cruce entre plantas del grupo de los gigantes y los enanos. Los usos de los híbridos son múltiples ya que adquieren las mejores cualidades de los padres dando como resultado frutos de tamaño de mediano a grande, buen sabor y buen rendimiento de copra, crecimiento lento, producción de frutos alta y también hereda la resistencia a las plagas.

2.4.5. ZONAS DE CULTIVO Y PRODUCCIÓN

Ecuador está situado al Noroccidente de América del Sur, colindando al Norte con

Colombia, al Sur y Oriente con Perú y al Occidente con el Océano Pacífico, debido a su ubicación y a la Cordillera de los Andes y las formaciones volcánicas el Ecuador cuenta con cuatro regiones naturales que son: Región Costa, Sierra, Oriente y el Archipiélago de Galápagos, el cual cada una tiene características particulares que han determinado su flora y su fauna.

De acuerdo al último Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo(2004) Ecuador cuenta con plantaciones de 88.644 árboles de Cocotero, el cual producen 4.606 Toneladas Métricas al año y se venden

1.778 Toneladas Métricas adiferentes mercados internacionales como EEUU y la Unión Europea.

La zona más productiva del cocotero es la provincia de Esmeraldas en donde se lo utiliza en la microempresa para la elaboración de cocadas, caramelos, así como en comidastípicas como el encocado de pescado; siguiendo Guayas, Manabí y Los Ríos.

2.4.6. FORMAS DE CONSUMO DEL COCO

Según Judd (1975, p.10) El cocotero sobresale entre las diversas palmas de importancia económica. Eseejemplo de planta de múltiples propósitos que es casi una abastecedora universal para los habitantes de las zonas costeras de los trópicos

El destino principal de la producción del coco, es la generación de copra, de la que seobtiene aceite, pasta, materia prima básica para la industria jabonera, cosméticos ychampúes, el cual el Coco es sometido a un proceso de desfibra y secado.

Al someter el Coco a este proceso se obtienen como subproductos: el agua, que en laSegunda Guerra Mundial encontraron que en una emergencia podía ser utilizada pormédicos americanos y japoneses como una solución estéril de glucosa inyectadadirectamente en las venas de los pacientes.

El agua de coco también se utiliza para alimentación humana, al igual que el residuo quequeda después de extraer el aceite a la copra; el endocarpio, o parte dura de la nuez, seutiliza para obtener carbón vegetal para la obtención de carbón activado mediante unproceso químico; y el polvo residual que es utilizado como materia orgánica en laagricultura urbana local. La fibra para la

confección de diferentes objetos útiles en el hogar como cucharas, mando de cuchillo, cucharón, juguete, cenicero o un botón, en una hebilla, combustible y mechas para lámparas de uso doméstico, copas, vasijas y aún en una tetera.

Cuando el coco es joven y fresco el coco contiene el Agua de Coco que constituye una agradable bebida fría y refrescante que se dispone en todo momento. El líquido se encuentra encerrado en la carne o albumen con un contenido muy pequeño de ácido ascórbico (vitamina C), poca proteína y alrededor de 5% de hidratos de carbono, en especial azúcar. Recientemente se han iniciado otras industrias como la de refresco de agua de coco para bebidas deportivas. El agua de coco tiene características nutricionales que hacen de este producto un competidor potencial de las bebidas para deportistas. (Fremond, Ziller & Lamothe, 1966).

Existe una gran variedad de formas en las que se puede utilizar este fruto. Los cocos representan una de las principales fuentes de ingreso en los países productores porque de ellos se obtienen gran cantidad de productos utilizados y apreciados incluso en los países occidentales.

Madera de coco: Se usa para la construcción de casas, puentes y granjas. La corteza exterior es dura y es muy útil para la fabricación de muebles. Para mejorar su calidad se deja un mes en agua salada.

El palmito: Es la yema terminal del cocotero y se consume crudo o cocido. Contiene 3% de almidón y 5% de azúcar.

Las raíces: Tienen propiedades anti diarreicas.

Las palmas: Son usadas para techos, canastas, sombreros, alfombras, etc.

El agua de coco: Se consume como bebida re hidratante. Hasido usado como sustituto de sueros y poseeun alto valor nutritivo. Contiene menos que 1%, la pura agua de coco no tiene colesterol y es 99% libre de grasa.

Aceite: Usado en alimentos, cosmetología, combustibles y lubricantes. "En la Universidad de California Los Ángeles, han demostrado que los derivados del aceite de coco tienen propiedades insecticidas. Los efectos más notables consisten en una atrofia progresiva que causa la pérdida de las patas y otros apéndices del insecto; el material no es tóxico para los seres humanos. (Judd, 1975)

Harina de coco: Es un subproducto de la extracción de aceite y se usa como alimento paraganado.

Copra: Es la carne blanca del coco, se usa comomateria prima para la extracción de aceite. También tiene otros usos como cocorallado, deshidratado, conservas, y otros.

2.4.7. CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

El contenido de ácidos grasos convierten al coco en una fuente de energía que contribuye a la protección del corazón, riñones y otros órganos del cuerpo así mismo como a la transportación y absorción de vitaminas como la A, D, E y K, la grasa ayuda a formar ciertas hormonas y ácidos grasos que normalmente el organismo no lo obtiene sino por medio de la limentación.

El coco, por su contenido en fibra, ayuda a que se den en el organismo las condiciones favorables para la eliminación de determinadas sustancias nocivas como colesterol o ciertas sales biliares, y colabora en la disminución de glucosa y ácidos grasos en la sangre.

Por este motivo, los alimentos ricos en fibra se antojan indispensables en una dieta excesivamente rica en carbohidratos, proteínas o grasas. Además, colaboran en la eliminación de agentes cancerígenos.

Al tratarse de un alimento rico en magnesio, aporta al tono muscular y neuronal, ayudando a relajar los músculos, hace además, que el coco sea eficaz en el reforzamiento del sistema óseo, la dentadura, eleva la producción de los glóbulos blancos y muy conveniente para mantener el ritmo cardíaco y presión arterial así como a evitar se formen coágulos ya que actúa como vasodilatador.

Por ser un alimento rico en hierro, necesario para la síntesis de hemoglobina, el coco ayuda al incremento de defensas para lograr resistir ante enfermedades causadas por microorganismos, así mismo al control de la anemia, temperatura corporal, la glándula tiroides y más.

2.4.8. PROPIEDADES DEL COCO

El coco es un alimento rico en fibra y potasio así como en cobre, zinc, hierro, ácido fólico y fósforo, es un alimento que destaca por su contenido en ácidos grasos saturados, grasa, fibra, calorías, magnesio, potasio y hierro. También se encuentran vitamina E y vitaminas del grupo B. Por ser rico en sales minerales y azúcares, es un alimento energético.

Su aceite es la grasa vegetal con un índice más alto de ácidos grasos saturados. Su carne seca y molida sirve para fabricar jabones y cosméticos y de ella se extrae un aceite de gran valor comercial.

La pulpa es la parte donde se concentran la mayoría de los minerales y vitaminas que contiene. Asimismo, es la parte más rica en grasas y proteínas, por lo tanto con alto contenido calórico.

Por otra parte, el jugo o leche de coco casi no contiene grasas, y es muy bajo en calorías (menos de 20 en 100 gramos) y el agua que contiene es uno de los nutrimentos más puros, más alimenticios que nos provee la naturaleza.

2.4.9. PROPAGACIÓN DEL COCOTERO

El cocotero se propaga sólo por semilla, los cocos con su envoltura se colocan en el semillero a una distancia de 30 cm, acomodándolas de lado, con el extremo que tiene los "ojos" ligeramente levantado y el brote sale a través del ojo que tiene la parte más larga de la envoltura triangular.

Tan pronto como ocurre la brotación, alrededor de un mes después de sembrarse, el brote echa raíces a través de la corteza hacia el suelo. En un lapso de 6 a 18 meses las plántulas alcanzan el tamaño suficiente para trasplantarse a su sitio permanente.

2.4.10. CALIDAD DEL FRUTO

La calidad incluye todos los factores o las características que se utilizan para decidir si un producto es bueno o no. Un producto que no tiene una calidad aceptable no se debe distribuir, porque puede ser peligroso y hacer daño al consumidor.

2.4.11. PLAGAS Y ENFERMEDADES DEL COCOTERO

PLAGAS

Picudo Negro

El Picudo Negro deposita sus huevos en las axilas de las hojas en las heridas. Las larvas abren galerías en el tronco y causan la muerte de la palma. El adulto transmite el nematodo que causa el anillo rojo. Se controla por medio de trampas con insecticidas de contacto y extrayendo las larvas del tronco con alambre arqueado.

Escarabajo Amarillo

El Escarabajo Amarillo, sus larvas se alimentan de las hojas tiernas del cogollo. Pueden causar la muerte de la palma. Se controla con aspersiones de Metoxicolor al 4%.

Cochinillas

Las cochinillas o escamas chupan la savia del envés de las hojas, causando su amarillento. Existen numerosos predadores y parásitos que realizan un buen control biológico de estas.

Ácaros

Estos atacan los frutos en sus primeros estados de desarrollo, causan manchas corchosas, agrietadas, de color marrón. Los frutos no se desarrollan. La roña se controla con acaricidas aplicados a los frutos tiernos.

Orugas de Mariposas

Atacan las hojas o inflorescencias, son muy voraces y roen el limbo, tienen enemigos naturales que las controlan. En ataques severos puede aplicarse Dipterex o Arseniato

ENFERMEDADES

Pudrición del cogollo: Se presenta en temporadas muy húmedas y en cocotales densamente sembrados o enmalezados. El hongo ataca las hojas tiernas antes de que hayan abierto, ataca también los frutos ocasionando la caída prematura de los frutos. Como medida de protección contra la enfermedad se aplica al cogollo funguicidas (Caldo Bordelés, Oxicloruro de Cobre.)

Anillo Rojo: Es una de las enfermedades más graves que afectan al cocotero, es causado por un nematodo transmitido por el Picudo Negro. Las palmas son susceptibles dos años antes y tres años después de su producción. Las palmas enfermas no tienen curación y deben eliminarse, para prevenir esta enfermedad se debe eliminar al Picudo Negro.

Amarillamiento letal del cocotero: Causada por un fitoplasma capaz de afectar a por lo menos 30 especies de palma. Es considerada una enfermedad severa y peligrosa, pues además de dispersarse rápidamente, causa la muerte de las plantas en un periodo de entre cuatro a seis meses después de los primeros síntomas y no puede ser controlada con métodos químicos.

TABLA 4 PLAGAS Y MÉTODOS DE CONTROL

Nombre	Método de Control	
Picudo del cocotero <i>Rhynchophorus palmatum</i>	Biológico: Cultural:	El hongo <i>Bauveria bassiana</i> ataca la fase adulta del picudo Trampas con feromonas.
Ácaro <i>Eriophyes gerreronis</i>	Químico: Cultural:	Morestan 0.5%, Pegaso, Vertimex. En aplicación preventiva Variedades con frutos redondos.
Amarillamiento Letal del Cocotero (ALC)	Cultural:	Sembrar variedades resistentes. Enano Malasino o Híbridos producto del cruce de Enanos Malasino con Altos del Pacífico.
Mancha de la hoja <i>Helminthosporium sp</i>	Cultural: Químico:	No aplicar exceso de nitrógeno. Daconil 75 wp. (10-30 grs./10 Lts. de agua), y Dithane M 45 (30 grs./10Lts. de agua).

Fuente: Ministerio de la agricultura y ganadería del Salvador

2.4.12. FACTORES PREVIOS A LA RECOLECCIÓN

Contaminación por residuos de pesticida: Son el resultado del uso de pesticidas durante la producción del coco.

Contaminación por metales pesados: Los metales pesados pueden entrar en contacto con el agua de coco a través de la tierra o por la contaminación del agua y pueden causar enfermedades.

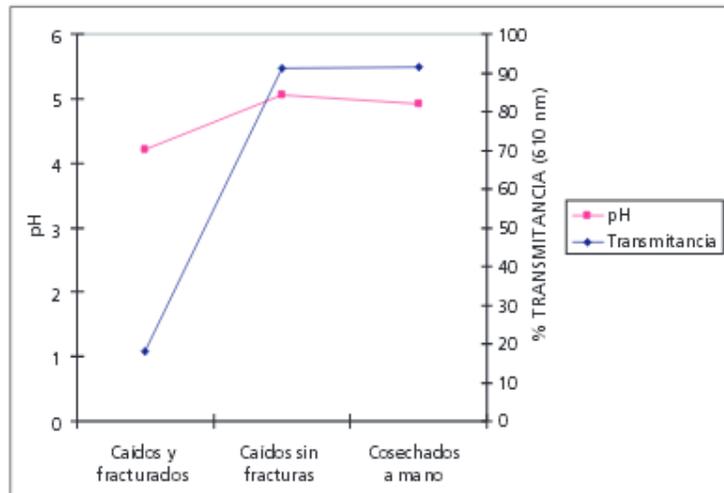
2.4.13. MÉTODO DE RECOLECCIÓN

Nunca se debe permitir que los cocos caigan al suelo durante la recolección, ya que podrían sufrir lesiones mecánicas que faciliten la entrada de microorganismos que causarían el deterioro del agua que está en su interior.

El agua de coco extraída de cocos que se habían fracturado cuando cayeron desde una altura de 8,5 metros, tenían un alto nivel de turbidez, en lugar de ser clara y con un pH bajo que indicaban el deterioro del producto. (FAO, Rolle, 2007)

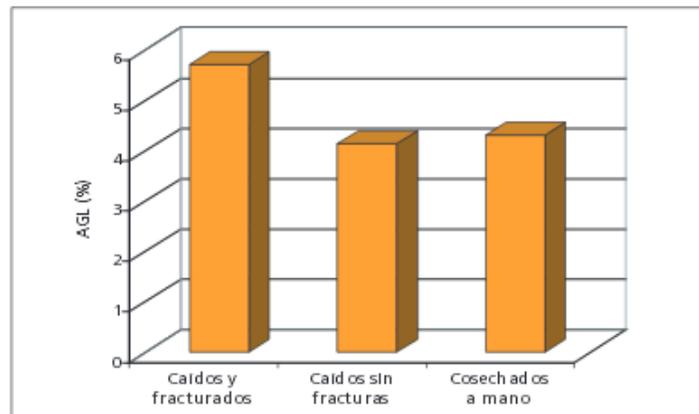
Comparativamente, los cocos que habían caído y se habían fracturado tenían más ácido graso libre que los cocos que habían solo caído y estaban intactos, y más aun los que habían sido cosechados a mano.

FIGURA 7 COMPARACIÓN DEL PH Y EL NIVEL DE TURBIDEZ EN EL AGUA DE COCO.



Fuente:University of West Indies.

FIGURA 8 COMPARACIÓN DEL NIVEL DE ÁCIDOS GRASOS LIBRES (% AGL) EN EL AGUA DE COCO



Fuente:University of West Indies.

2.4.14. FACTORES POSTERIORES A LA RECOLECCIÓN

Contaminación por microorganismos. Los microorganismos podrían entrar en contacto con el agua de coco a través de la manipulación irregular posterior a la recolección y por las técnicas del proceso.

2.4.15. MANIPULACIÓN POSTERIOR A LA RECOLECCIÓN

Potencial de contaminación de los cocos

Los cocos recolectados nunca deben entrar en contacto con materias extrañas como tierra y fertilizantes químicos, ya que estos materiales aumentan el riesgo de contaminación química y microbiológica durante la extracción del agua de coco.

Daños mecánicos: Los cocos son muy sensibles al daño mecánico durante el manejo, es decir durante la carga y descarga del fruto, al igual que en el momento de su transportación; se debe tener cuidado para evitar fracturas.

2.4.16. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO

Los cocos cosechados respiran activamente. Esta actividad respiratoria causa cambios en la composición química del agua de coco que está en su interior. Por consiguiente, debe hacerse un esfuerzo para asegurar que una temperatura adecuada disminuya estos procesos respiratorios y que el agua de coco sea procesada en el menor tiempo posible después de su extracción.

En todo momento, los cocos recolectados deben estar en contacto con superficies limpias y no se debe permitir que entren en contacto con la tierra ni con agentes químicos. Se almacenan en un lugar limpio, fresco y bien ventilado, en una tarima y protegidos de la luz solar directa.

Se debe extraer el agua de coco en las 24 horas posteriores a la recolección del coco. Los cocos deben cargarse de forma tal que se puedan prevenir los posibles deslizamientos y también fracturas durante el transporte. Durante la descarga, se deben manejar con cuidado, nunca dejarlos caer, para prevenir su rotura.

2.4.17. INSPECCIÓN DE CALIDAD DE LOS COCOS

RECOLECTADOS

Sólo los cocos buenos en su estado y con el correcto desarrollo, se deben usar como materia prima para la realización de los jugos que se van a ofrecer.

Los cocos de baja calidad deben ser rechazados, incluyendo:

- Las cocos con fracturas;
- Las cocos que todavía no están maduros y los que están demasiado maduros;
- Las cocos con contenido turbio (por ejemplo, las que presentan un alto nivel de turbidez);
- Los cocos con olor rancio

2.4.18. LAVADO DE LOS COCOS

Resulta esencial lavar los cocos con agua potable y quitar la suciedad, los restos o cualquier tipo de contaminación en la cáscara y en la nuez para reducir el riesgo de contaminación durante la extracción del agua de coco.

Se debe examinar los cocos durante el lavado y desechar los cocos dañados o los que no están maduros, así como también es necesario cambiar frecuentemente el agua del lavado, por lo menos, una vez por hora o con mayor frecuencia si los cocos tuvieran un alto nivel de contaminación de la

tierra. Es necesario colocar los cocos lavados con agua en una solución desinfectante durante 15 minutos y una vez desinfectados ubicarlos en una superficie limpia, lejos del suelo, que permita pasar aire seco.

2.4.19. AGUA DE COCO Y SUS BENEFICIOS

El agua de coco es el líquido que se encuentra de forma natural en el hueco interior del coco. Tiene un color transparente, a veces un poco opaco, y se encuentra en el hueco interior, rodeado por la pulpa del coco, en la nuez del coco.

Posee un sabor característico que puede variar por la especie hasta por el estado del coco, también el sabor puede depender del terreno donde se encuentra la palma cocotero. Su sabor incluso puede ser ligeramente salado, si la palma cocotero se encuentra cerca del agua de mar, o bien, en la costa de la playa.

Beneficios

Si se bebe solo el agua de coco, este contiene solo 1 % de calorías, por ello es una bebida indicada para adelgazar. También el agua de coco y la pulpa tiene propiedades adelgazantes ya que acelera el metabolismo. Ayuda a bajar el colesterol, ya que el agua de coco pura es 99 % libre de grasas.

Mejora la circulación de la sangre y previene enfermedades cardiovasculares.

Por otra parte, se considera al agua de coco una bebida alcalinizante, ya que equilibra el PH del organismo.

Tiene una acción diurética que ayuda a eliminar impurezas y reducir la formación de cálculos renales. Además, ayuda a prevenir la retención de líquidos.

Tiene propiedades antioxidantes que ayuda a prevenir enfermedades degenerativas como el cáncer, y además fortalece el sistema inmunitario.

Previene la aparición de osteoporosis por su contenido en calcio.

Reduce la constipación por su contenido en fibra y agua.

Mejora la digestión, facilitando la acción enzimática sobre la comida, mejorando la función de la vesícula y eliminando gases y toxinas.

Todas estas propiedades convierten al agua de coco en una bebida natural y terapéutica para mantener sano el organismo y prevenir diversas enfermedades.

Vitaminas: El agua de tiernos cocos jóvenes contiene ácido ascórbico. La concentración de ácido ascórbico alcanza entre 2.2 y 3.7 miligramos por milímetro. El agua de coco también contiene vitaminas del grupo B.

Azúcar: Los azúcares naturales en la forma de fructosa y glucosa son un elemento importante en el agua de tiernos cocos jóvenes. En la madurez total del coco aproximadamente 90% de los azúcares totales están en forma de sucrosa.

Minerales: El agua de tiernos cocos jóvenes contiene muchos minerales valiosos para nuestros cuerpos, tal como el calcio, sodio, potasio, cobre, hierro, fósforo y cloruros. El agua de tiernos cocos por su concentración alta de potasio es el balance electrolítico perfecto de nuestro cuerpo.

Proteína: El agua de coco contiene pequeñas cantidades de proteína. El porcentaje de alanina, arginina, cystine y serene en la proteína del agua de cocos tiernos es mayor que la que se encuentra en la leche de vaca. La leche de soya es otra gran fuente de buena proteína.

FIGURA 9 CONTENIDO NUTRICIONAL DEL AGUA DE COCO. (PARA 100 ML)

Componente Contenido	
Energía	20 Kcal
Proteínas	0.1 gr.
Carbohidratos	5.5 gr.
Lípidos	0.05 gr.
Sodio	25 m g.
Potasio	160 m g.
Cloro	20 m g.
Calcio	5 gr.
Fósforo	0.5 m g
Magnesio	0.45 m g

Fuente: Madi, En Coconutwater, EMBRAPA. 1999.

Por otro lado, el agua de este fruto ayuda a prevenir gases intestinales, a remover toxinas y aumenta la habilidad del sistema digestivo a absorber nutrimentos.

Alrededor del mundo las mujeres han usado los productos derivados del coco en sus cabellos y piel y también lo consumen. Es un ingrediente común en productos de belleza.

2.4.20. FACTORES QUE DETERMINAN LA CALIDAD DEL AGUA DE COCO

Factores previos y factores posteriores a la recolección, así como las condiciones del almacenamiento, pueden afectar negativamente la calidad del agua de coco.

Los microorganismos consumen los azúcares del agua de coco y producen ácido y gas, causando su fermentación, a la misma vez estos

conlleven a la descomposición de los lípidos presentes en el agua de coco causando su rancidez.

Además, los microorganismos contribuyen a la descomposición de pequeñas cantidades de proteína en el agua de coco y es la causa de que tenga olor a azufre.

Es por eso necesario un control efectivo al momento de realizar el proceso para la elaboración de cualquier derivado, sobre todo al momento de extraer el agua del coco.

Se puede precisar que hay calidad en el producto cuando el agua de coco es aparentemente limpia, no presenta ningún objeto extraño como insectos, suciedad o partículas y no tiene aspecto de estar fermentada ya que esto demostraría que la botella ha producido gas.

Se podía realizar una evolución por medio de pruebas químicas para verificar si hay residuos de pesticidas, metales pesados o para medir el contenido de ácidos grasos libres.

Para asegurar el buen estado del producto se deben tomar en cuenta las diferentes variables que determinan la calidad o deterioro de sus componentes, a través de los análisis químicos antes mencionados.

Otro método sería la supervisión de las propiedades fisicoquímicas del coco, para lo cual se utilizan instrumentos tales como:

- **Medir el Ph y Grados Brix**

FIGURA 10 PH Y GRADOS BRIX

PH

¿Qué es el pH?
El pH de un producto indica el nivel de acidez del producto y se mide en una escala de 0 a 14.

Un pH de 7 es neutro. Los valores menores de siete son ácidos, los de más de siete son alcalinos. El agua de coco tiene un pH entre 5 y 5,4 y, por lo tanto, es ligeramente ácida.

¿Cómo se mide?
El pH se mide usando el medidor de pH



Lámina 1
Un medidor portátil de pH

Grados Brix

¿Qué son los grados Brix?
Los grados Brix proporcionan una medida objetiva de la concentración de azúcar disuelto en un producto y da la idea del nivel de dulzura del mismo. Los grados Brix se miden usando el refractómetro.



Lámina 2
Un refractómetro portátil

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

También se podrían realizar pruebas microbiológicas para determinar el número de microorganismos presentes en una muestra del producto y de la misma forma lograr determinar los tipos de microorganismos que están presentes.

Características físico-químicas

- pH 5 - 5,4
- Grado Brix 5 - 6,5

Límites microbiológicos:

Conteo total de bacterias aeróbicas / ml menos de 5 000

Coliformes / ml menos de 5 000

Coliformes fecales / ml ausentes

El conteo microbiológico, o conteo de aerobios totales, indica el buen estado del producto; en cambio, el conteo de coliformes indica el grado de higiene presente en el proceso y envasado del producto. Los microorganismos patógenos, como los coliformes fecales, son potencialmente dañinos para el consumidor y por consiguiente, no son tolerables en el agua de coco.

Se puede garantizar la inocuidad y la calidad del agua de coco aplicando buenas prácticas para evitar la contaminación y el uso de temperaturas adecuadas en cada paso de la cadena de producción.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se determinarán los métodos a utilizar para obtener un análisis más real del problema planteado, tales como el tipo de investigación, encuestas, grupos focales etc.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación elegida para la elaboración de este proyecto, es la investigación descriptiva, ya que a través de una indagación y observación de los elementos determinantes en la elaboración del proyecto, se realizará el análisis correspondiente para la posterior propuesta de solución del problema.

Según Sabino (1986, p.48), en la investigación descriptiva “Su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes.”

Es por tal motivo que la recopilación de datos más específicos, en relación a las características y elementos existentes en el campo de estudio de la producción de coco y sus particularidades como fruta con propiedades saludables para su consumo, nos permitirá determinar el correcto procedimiento y oportunidades a aprovechar en la actualidad.

3.2. POBLACION Y MUESTRA

3.2.1. CARACTERÍSTICA DE LA POBLACIÓN

Hurtado y Toro (1998, p.79), definen que: “población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo.”

La población objeto del estudio en este proyecto son dos:

- a) Los productores que se dedican exclusivamente al cultivo y cosecha de coco en sectores agrícolas de la Ciudad de Milagro. Son productores con muchos años dedicados a esta actividad y que han mantenido sus negocios en forma tradicional y sin cambios sustanciales que aumenten su rentabilidad.
- b) El segmento de mercado al cual está dirigido el producto.

3.2.2. DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN

Productores de coco

Los productores pertenecen a la Ciudad de Milagro en un total aproximado de 20, de los cuales el 20 % corresponde al sector femenino y el 80 % al masculino y se concentran específicamente en haciendas ubicadas en: Sector marginal de la ciudad, recintos aledaños, vía a Mariscal Sucre y Coné.

Total Mujeres	4
Total Hombres	16
Total Población	20

Los comerciantes dedicados a la compra y venta del Coco y el agua de Coco son un total de 40 localizados en diferentes sectores de la ciudad de Milagro de los cuales el 30 % corresponden al sector femenino y el 70 % al masculino.

Total Mujeres	12
Total Hombres	28
Total Población	40

Segmento de Mercado

Población de 20 a 50 años, de clase media, que residen en Miami, que tomando como referencia el último censo realizado en el 2010, supera los 38000 habitantes, por lo tanto se puede determinar que se trata de una población infinita.

3.2.3. TIPO DE MUESTRA

La muestra es un “subconjunto representativo de un universo o población”, Morles (1994, p.54).

El tipo de muestra que se utilizará es la no probabilística, realizando un análisis de los productores y comerciantes de coco de Milagro.

La muestra es considerada no probabilística porque el investigador selecciona a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características del investigador, a diferencia de la probabilística, en la que todos los individuos forman parte de la muestra.

3.2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se realiza un cálculo de muestreo aleatorio en base a los siguientes criterios: confiabilidad 95% y error de muestreo 5%.

La fórmula, del muestreo aleatorio simple es la siguiente:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

N = Población: Conjunto de todos los individuos que son objeto de estudio

n = Muestra: Parte de la población en la que miden las características estudiadas.

σ = Desviación estándar: Generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0.5

Z = Confiabilidad: Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad.

e = Límite aceptable de error muestral.

La población en relación a productores de éste proyecto es finita y se conoce con certeza su tamaño. Considerando su tamaño se procede a realizar un censo, es decir, aplicar la encuesta a todos los integrantes de la población.

La población en relación al mercado objetivo, se determina como infinita debido a que no se conoce con exactitud.

3.2.5. PROCESO DE SELECCIÓN

La muestra a utilizarse es la no probabilística por cuotas, en el que se divide la población de referencia en varios estratos definidos por algunas variables de distribución conocida (como el género). Posteriormente se calcula el peso proporcional de cada estrato, es decir, la parte proporcional de población que representan.

3.2.6. PROPUESTA DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de la información se utilizará la herramienta de Excel ya que esta ayuda y facilita la tabulación de los datos obtenidos en las encuestas, mediante la aplicación de la tabla dinámica, y sus resultados serán presentados en los cuadros correspondientes, donde se determine las frecuencias tanto absolutas como relativas, y el total de encuestados. Además se elaboran gráficos de pasteles y barras, de acuerdo a cada pregunta y las respectivas correlaciones entre las preguntas. Posteriormente se desarrolla el análisis correspondiente de cada cuadro y gráfico.

CAPITULO IV

4. ANALISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo será destinado al análisis de los resultados de las encuestas realizadas durante la elaboración del proyecto.

3.8.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas

El siguiente análisis corresponde a una encuesta realizada a los productores de coco en Milagro.

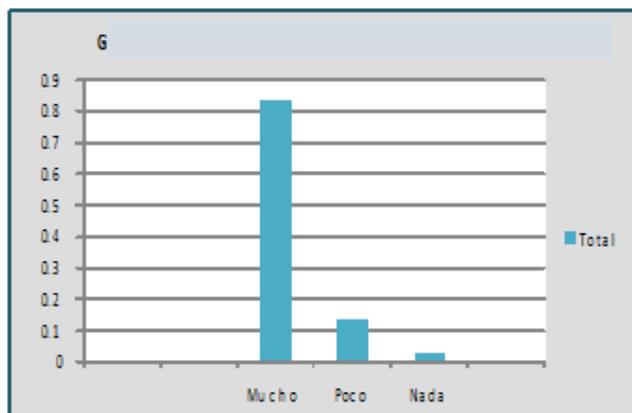
1. ¿Considera usted que existe desaprovechamiento del Agua de Coco en Milagro?

TABLA 5 CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA (DESAPROVECHAMIENTO DEL AGUA DE COCO)

Desaprovechamiento de agua de Coco	Sexo		Total general	Porcentaje		Total
	F	M		F	M	
Mucho	12	38	50	20%	63%	83%
Poco	4	4	8	7%	7%	13%
Nada		2	2	0%	3%	3%
Total general	16	44	60	27%	73%	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 11 CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA (DESAPROVECHAMIENTO DEL AGUA DE COCO)



Elaborado por: Autor

En estos resultados, podemos observar que efectivamente en la ciudad de Milagro el 83 % de los productores confirma que existe un desaprovechamiento del agua de coco, lo cual hace de este proyecto una opción muy importante que puede ser rentable para los comerciantes del Cantón.

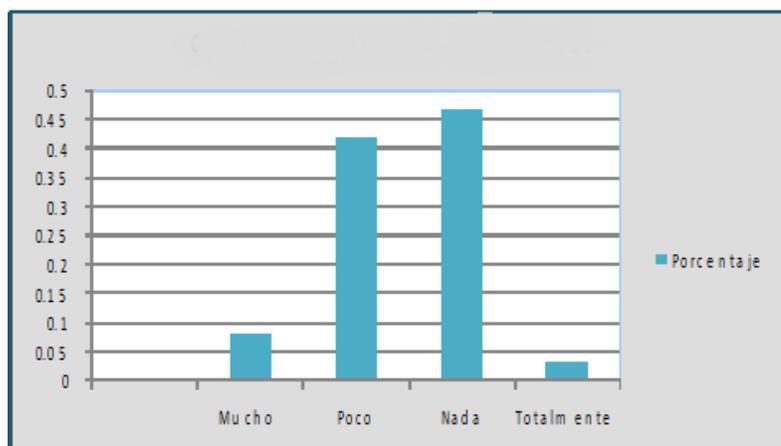
2. ¿Cree usted que el Agua de Coco es utilizado como Insumo para la producción de derivados?

TABLA 6 CONOCIMIENTO DERIVADOS DEL AGUA DE COCO

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	5	8%
Poco	25	42%
Nada	28	47%
Totalmente	2	3%
Total	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 12 CONOCIMIENTO DERIVADOS DEL AGUA DE COCO



Elaborado por: Autor

De acuerdo a los resultados se puede deducir que en la ciudad de Milagro existe desaprovechamiento en la utilización del agua de coco como un insumo, lo que genera una oportunidad de ingreso al mercado con el aprovechamiento de la producción desperdiciada.

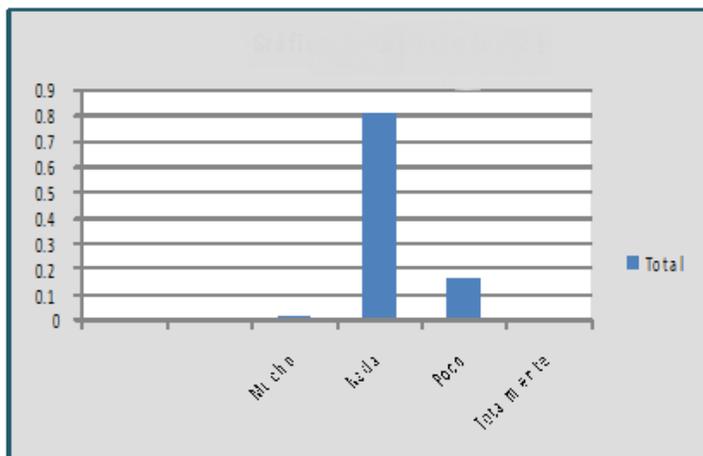
3.-Los productores de coco tienen conocimiento de mercados con demanda potencial de derivados del agua de coco?

TABLA 7 CONOCIMIENTO DE DEMANDA DE AGUA DE COCO Y DERIVADOS

Conocimientos	Sexo		Total general	Porcentaje		Total
	F	M		F	M	
Mucho	1		0	2%	0%	2%
Nada	12	37	49	20%	62%	82%
Poco	3	7	10	5%	12%	17%
Totalmente	0	0	0	0%	0%	0%
Total general	16	44	60	27%	73%	100%

Elaborado por: Autor

TABLA 8 CONOCIMIENTO DE DEMANDA DE AGUA DE COCO Y DERIVADOS



Elaborado por: Autor

En la ciudad de Milagro existe un porcentaje significativo (82 %) de desconocimiento de los mercados potenciales de derivados del agua de coco por parte de los productores y comerciantes, lo cual produce un bajo interés en la utilización del agua de coco.

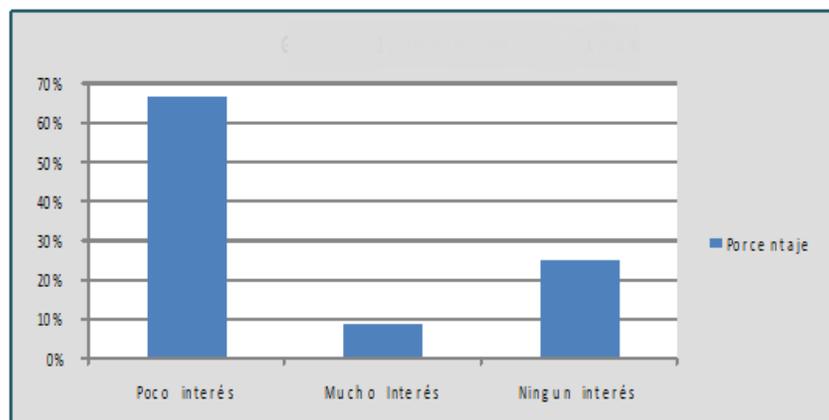
4.- Para la cosecha de Coco cree usted que los productores tienen:

TABLA 9 INTERÉS DE PRODUCCIÓN

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco interés	40	67%
Mucho Interés	5	8%
Ningun interés	15	25%
Total general	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 13 INTERÉS DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: Autor

Prácticamente el 65 % de los productores afirman tener muy poco interés en la cosecha de la fruta, ya que actualmente no se la adquiere en gran cantidad debido al desconocimiento de su utilización como un derivado, lo cual produce una baja demanda de la fruta.

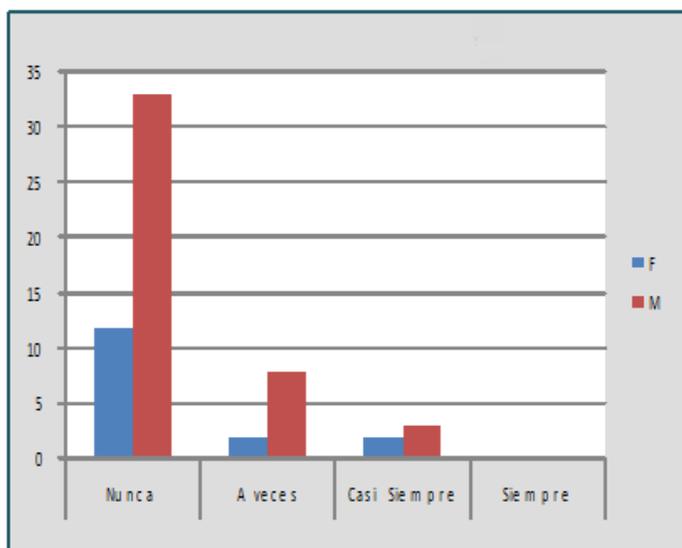
5.- Considera usted que los productores buscan Innovar al momento de buscar alternativas de desarrollo económico:

TABLA 10 INNOVACIÓN DE PRODUCTORES

Sexo	Innovación				Total general	Porcentaje
	Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre		
F	12	2	2	0	16	27%
M	33	8	3	0	44	73%
Total general	45	10	5	0	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 14 INNOVACIÓN DE PRODUCTORES



Elaborado por: Autor

Notablemente se muestra que cerca del 85 % de los encuestados consideran que los productores de coco nunca buscan alternativas de desarrollo económico a través de la innovación y cerca del 10 % consideran que a veces se interesan por buscar alternativas.

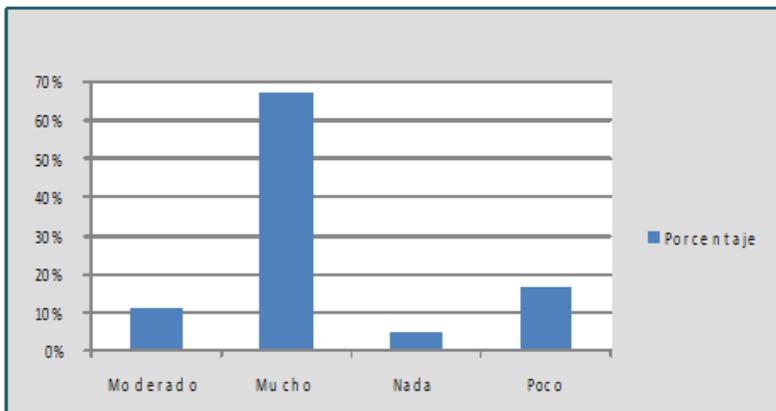
6- Cree usted que la producción de Coco ha disminuido:

TABLA 11 PRODUCCIÓN DE COCO

Producción	Frecuencia	Porcentaje
Moderado	7	12%
Mucho	40	67%
Nada	3	5%
Poco	10	17%
Total general	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 15 PRODUCCIÓN DE COCO



Elaborado por: Autor

El 67 % de los productores y comerciantes de la fruta confirman que la producción de coco ha disminuido significativamente debido al bajo interés por parte de los productores en la cosecha de la fruta, es posible que el desconocimiento de técnicas de negociación sea también un gran factor en el desaprovechamiento de los derivados del coco.

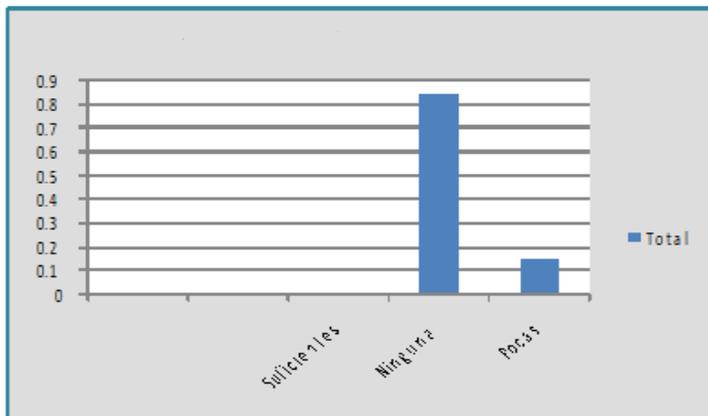
7. Considera usted que existen industrias dedicadas a la elaboración de productos a base de Agua de coco:

TABLA 12 EXISTENCIA DE INDUSTRIAS

Existencias de Industrias	Sexo		Total general	Porcentaje		Total
	F	M		F	M	
Suficientes	0	0	0	0%	0%	0%
Ninguna	15	36	51	25%	60%	85%
Pocas	1	8	9	2%	13%	15%
Total general	16	44	60	27%	73%	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 16 EXISTENCIA DE INDUSTRIAS



Elaborado por: Autor

Muy pocos productores tenían conocimiento de la existencia de industrias las cuales utilizan los derivados del coco para la elaboración de sus productos, ya que un 85 % desconocían totalmente de este tipo de industrias lo cual representa también un problema para su desarrollo económico.

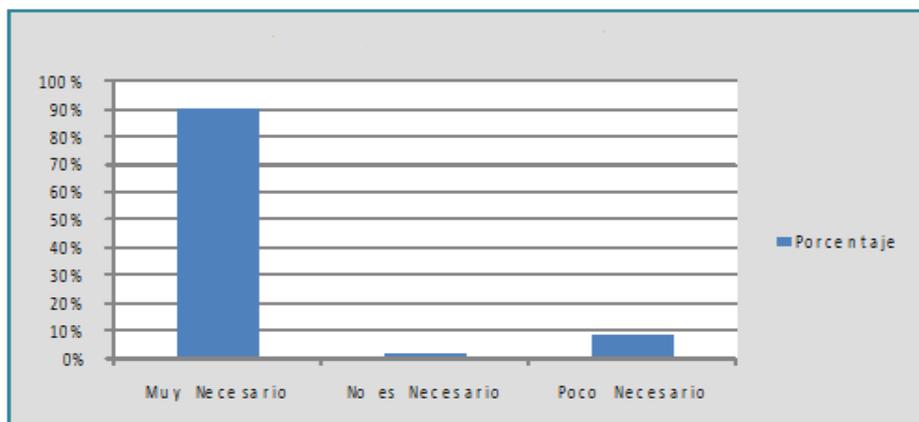
8.- Cree usted necesario la implementación de industrias dedicadas a la elaboración de derivados del Agua de coco:

TABLA 13 IMPLEMENTACIÓN DE INDUSTRIAS

Implementacion Industrias	Frecuencia	Porcentaje
Muy Necesario	54	90%
No es Necesario	1	2%
Poco Necesario	5	8%
Total general	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 17 IMPLEMENTACIÓN DE INDUSTRIAS



Elaborado por: Autor

Podemos observar que el 90 % considera que es muy necesario la implementación de industrias que aprovechen mejor la producción de coco y tan solo el 10 % restante no le da importancia a esta propuesta ya que se conforman con comercializar el coco naturalmente.

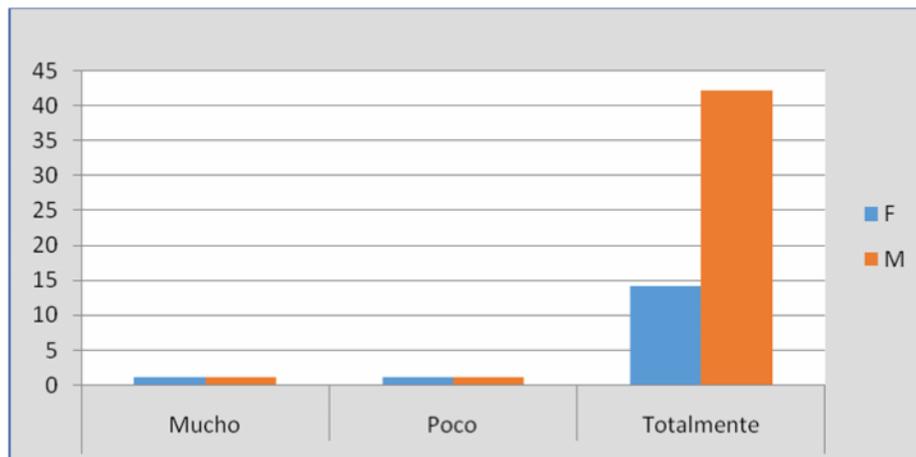
9.- Cree usted que una industria dedicada a la elaboración de derivados del agua de coco es beneficioso para los mercados internos y externos de consumo:

TABLA 14 BENEFICIOS PARA MERCADOS

Sexo	Beneficioso para mercados			Total género	Porcentaje
	Mucho	Poco	Totalmente		
F	1	1	14	16	27%
M	1	1	42	44	73%
Total género	2	2	56	60	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 18 BENEFICIOS PARA MERCADOS



Elaborado por: Autor

Tanto para productores como para comerciantes consideran totalmente beneficioso, la industrialización del coco, para los mercados internos y externos tanto así que representan más del 80 % y el resto considera muy beneficioso

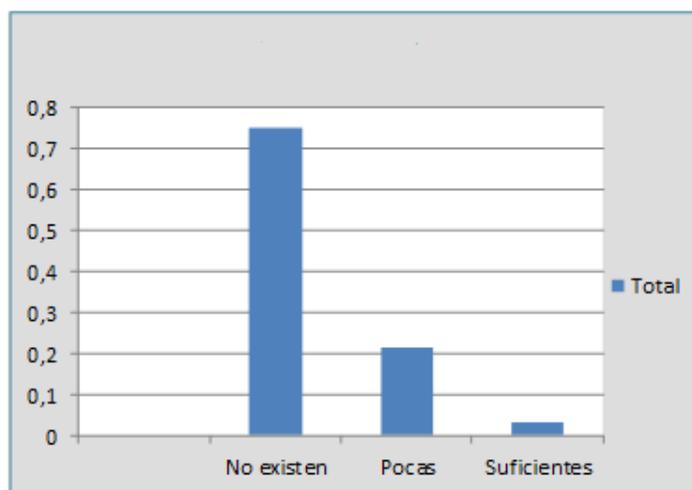
10.- Considera usted que existen facilidades y herramientas necesarias para la creación de una industria destinada a esta actividad:

TABLA 15 FACILIDADES DE INDUSTRIA

Facilidades	Sexo		Total general	Porcentaje		Total
	F	M		F	M	
No existen	5	40	45	8%	67%	75%
Pocas	9	4	13	15%	7%	22%
Suficientes	2	0	2	3%	0%	3%
Total general	16	44	60	27%	73%	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 19 FACILIDADES DE INDUSTRIA



Elaborado por: Autor

Como refleja el porcentaje, el 75 % de los encuestados consideran que no existen facilidades que permitan la industrialización del coco, limitando así la generación de valores agregados, dejando abierta la gran posibilidad de acaparar el mercado con esta nueva propuesta.

La visión de cada productor de coco, consiste en extender su mercado, contribuyendo de esa manera al desarrollo económico y social de la ciudad, al no poseer información de las posibles demandas crecientes en el mercado internacional, no existe incentivo alguno para la producción y competencia, sin embargo una buena comunicación genera expectativas de un incremento laboral, mayores oportunidades de trabajo, un mayor reconocimiento comercial como productores y mayor cuidado en calidad de materia prima, lo cual genera beneficios tanto para productores del coco como para la empresa que generará el valor agregado a la misma, se trata de una estrategia “ganar-ganar”.

A continuación se presentan los resultados obtenidos a encuestas realizadas a posibles consumidores en el mercado meta, Miami, personas entre 20 y 50 años, una vez realizado el cálculo para la muestra, con un 5% como margen de error, 1,96% como nivel de confianza, 50% probabilidad a favor y 50% en contra se obtiene un resultado de 384 encuestas.

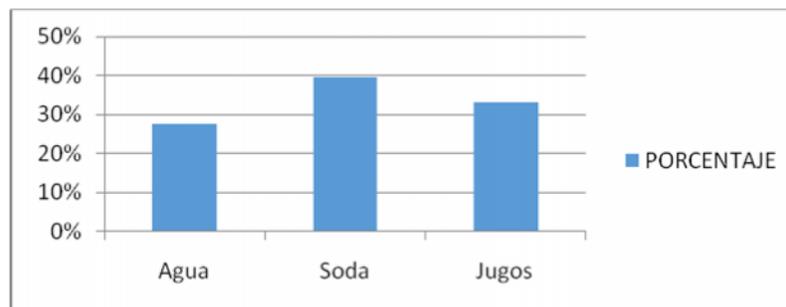
1.-¿Qué tipo de bebida es de su preferencia?

TABLA 16 BEBIDAS DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agua	105	27%
Soda	152	40%
Jugos	127	33%
total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 20 BEBIDAS DE PREFERENCIA



Elaborado por: Autor

El 40% de los encuestados respondieron que su bebida favorita es la soda, lo cual es comprensible dado al alto grado conocido de consumo de comida rápida que como se mencionó anteriormente se intenta disminuir, sin embargo se puede notar que en segundo lugar se encuentran los jugos lo que nos permite tener una visión positiva al innovar con la bebida que se propone ofrecer.

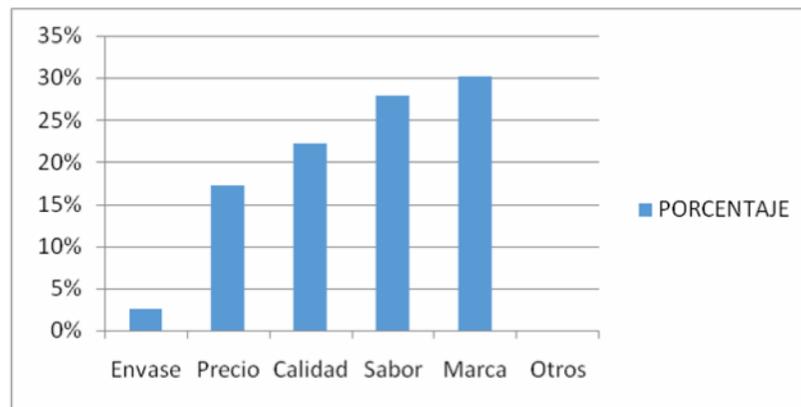
2.- ¿Qué es lo más importante para usted en el momento de comprar alguna bebida?

TABLA 17 VARIABLE IMPORTANTE AL MOMENTO DE COMPRAR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase	10	3%
Precio	66	17%
Calidad	85	22%
Sabor	107	28%
Marca	116	30%
Otros	0	0%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 21 VARIABLE IMPORTANTE AL MOMENTO DE COMPRAR



Elaborado por: Autor

Según las encuestas realizadas, el 30% toma en cuenta la marca del producto al momento de comprarlo, seguido por el sabor de la bebida con un 28%, lo que incentiva a la innovación y buena elaboración de la bebida, seguido por la calidad de la misma, cabe recalcar que por ser una bebida natural que incluye la mezcla de frutas la variedad de sabores satisfecerá a las diferentes preferencias.

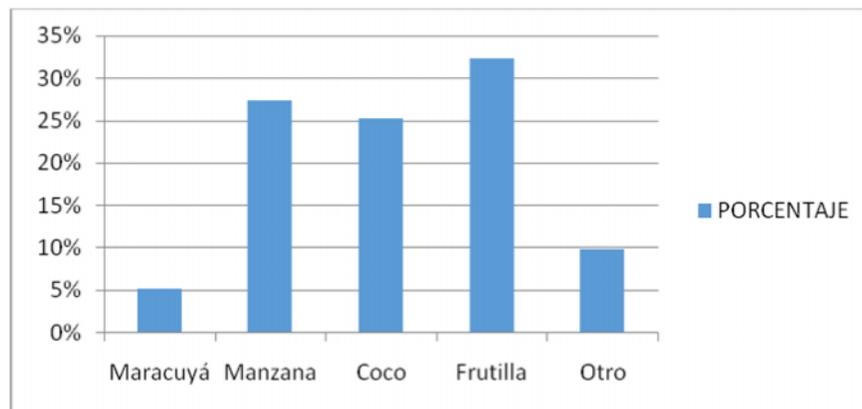
3.- CUAL ES LA FRUTA DE SU PREFERENCIA?

TABLA 18 FRUTA DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maracuyá	20	5%
Manzana	105	27%
Coco	97	25%
Frutilla	124	32%
Otro	38	10%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 22 FRUTA DE PREFERENCIA



Elaborado por: Autor

El mayor porcentaje de encuestados prefiere la frutilla al momento de consumir una fruta, determinado por un 32%, seguido por la manzana con un 27% y coco 25%, al momento de realizar esta pregunta, se pudo constatar el conocimiento de la fruta principal del producto a ofertar por parte de los posibles consumidores, lo que genera una oportunidad y fortaleza para la aceptación del mismo en el mercado.

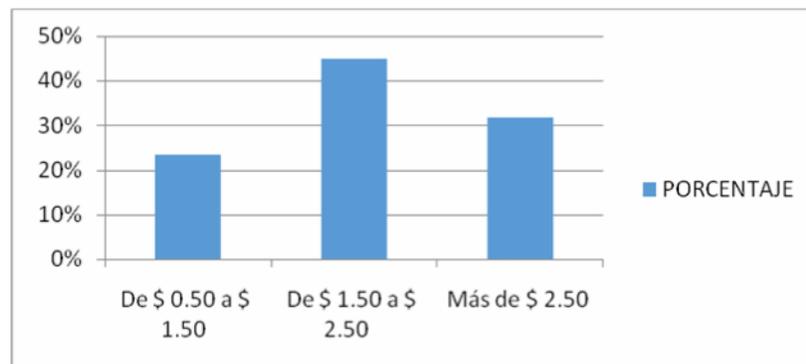
4.- CUANTO PAGARÍA POR UNA BEBIDA?

TABLA 19 CONOCIMIENTO DE PRECIO DISPUESTO A PAGAR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 0.50 a \$ 1.50	90	23%
De \$ 1.50 a \$ 2.50	172	45%
Más de \$ 2.50	122	32%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 23 CONOCIMIENTO DE PRECIO DISPUESTO A PAGAR



Elaborado por: Autor

El 45% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar de \$1.50 a \$2.50 por una bebida, en los resultados se puede notar que la mayoría pagaría más de 1.50 por producto si tomamos en cuenta que el porcentaje menor es aquella respuesta determinada a los precios más bajos, teniendo en cuenta que las bebidas de frutas en el mercado incluso pasan los \$3.50 tal como fue comentado por varios de los encuestados.

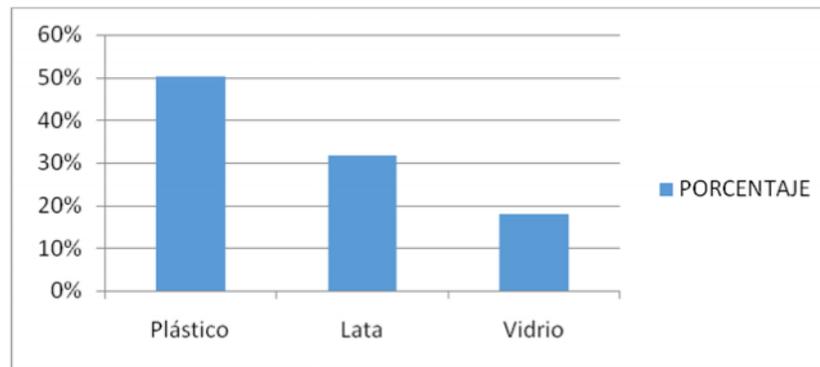
5.- CUAL ES EL ENVASE DE SU PREFERENCIA PARA UNA BEBIDA?

TABLA 20 ENVASE DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plástico	193	50%
Lata	122	32%
Vidrio	69	18%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 24 ENVASE DE PREFERENCIA



Elaborado por: Autor

Los resultados de las encuestas determinan un 50% de preferencia por el material plástico como presentación de una bebida, por su fácil manejo y ligereza, lo que determina una característica a considerar al momento de la producción.

6.-CON QUE FRECUENCIA BEBE JUGOS NATURALES?

TABLA 21 FRECUENCIA CONSUMO JUGOS NATURALES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A diario	123	32%
Una vez a la semana	164	43%
Rara vez	78	20%
Nunca	19	5%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 25 FRECUENCIA CONSUMO JUGOS NATURALES



Elaborado por: Autor

El 43% de los encuestados respondieron que consumían jugos de frutas una vez a la semana, seguido por un 32% que las consumen a diario, lo que resulta positivo al momento de determinar la aceptación y futuro consumo del producto a ofertar, con una buena estrategia de marketing la introducción al mercado puede ser aún más favorable.

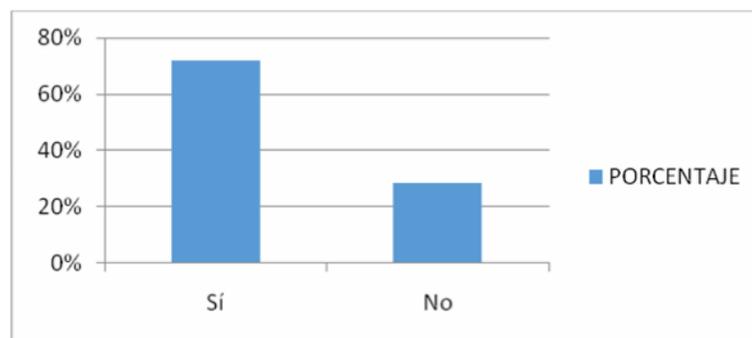
7.- CONSUMIRÍA UNA BEBIDA A BASE DE AGUA DE COCO?

TABLA 22 CONSUMO BEBIDAS A BASE DE AGUA DE COCO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	276	72%
No	108	28%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 26 CONSUMO BEBIDAS A BASE DE AGUA DE COCO



Elaborado por: Autor

El 72% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a consumir bebidas a base de agua de coco, lo que muestra el nivel de aceptación posible del producto en el mercado, es una oportunidad que generaría un sinnúmero de beneficios de diversas índoles.

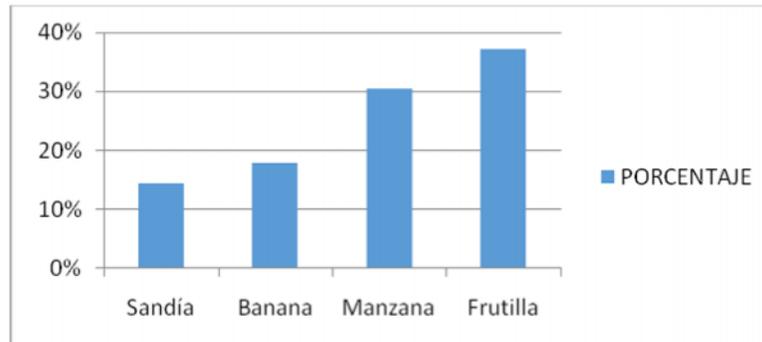
8.- SI LE OFRECIERAN UNA BEBIDA QUE TUVIERA COMO BASE EL AGUA DE COCO, CON QUE FRUTA PREFERIRÍA COMBINARLA?

TABLA 23 MEZCLA DE FRUTAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sandía	55	14%
Banana	69	18%
Manzana	117	30%
Frutilla	143	37%
Total	384	100%

Elaborado por: Autor

FIGURA 27 MEZCLA DE FRUTAS



Elaborado por: Autor

Tal como se demuestra en los gráficos, la fruta con mayor porcentaje de aceptación es la frutilla con un 37% resultante de las encuestas, seguido por la manzana, lo que nos fija una visión de las preferencias de los futuros consumidores y las pautas a seguir para obtener la aceptación que se quiere lograr.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE JUGOS A BASE DE AGUA DE COCO ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.1. MISIÓN

Somos una empresa de producción y comercialización de jugos naturales a base del agua de coco, como bebida 100 % natural, nutritiva y refrescante, cumpliendo con los estándares de calidad nacionales e internacionales.

5.2. VISIÓN

Convertirnos una organización líder en la comercialización de nuestro producto, contando con el personal altamente capacitado, logrando así posicionar nuestra marca en el mercado nacional e internacional.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Presentar un diseño para la implementación de una empresa dedicada a la elaboración y exportación de jugos naturales teniendo como insumo básico el Agua de Coco, mediante la aplicación de procedimientos técnicos de procesamiento y comercialización para así fortalecer e incentivar la producción de Coco y disminuir el desperdicio del mismo.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Diseñar la estructura organizacional de la empresa, que permita generar diferentes plazas de trabajo y garantice un eficiente desarrollo de las actividades.

- b) Planificar actividades para el correcto manejo del proceso de producción de Jugos naturales.
- c) Analizar las políticas y estrategias de competidores directos
- d) Realizar un análisis de la demanda potencial de Estados Unidos para la comercialización.
- e) Describir el proceso de exportación del producto hacia Estados Unidos.
- f) Presentar la factibilidad financiera de la empresa para el análisis de sus componentes.

5.4. LOGO

FIGURA 28 LOGO DE LA EMPRESA



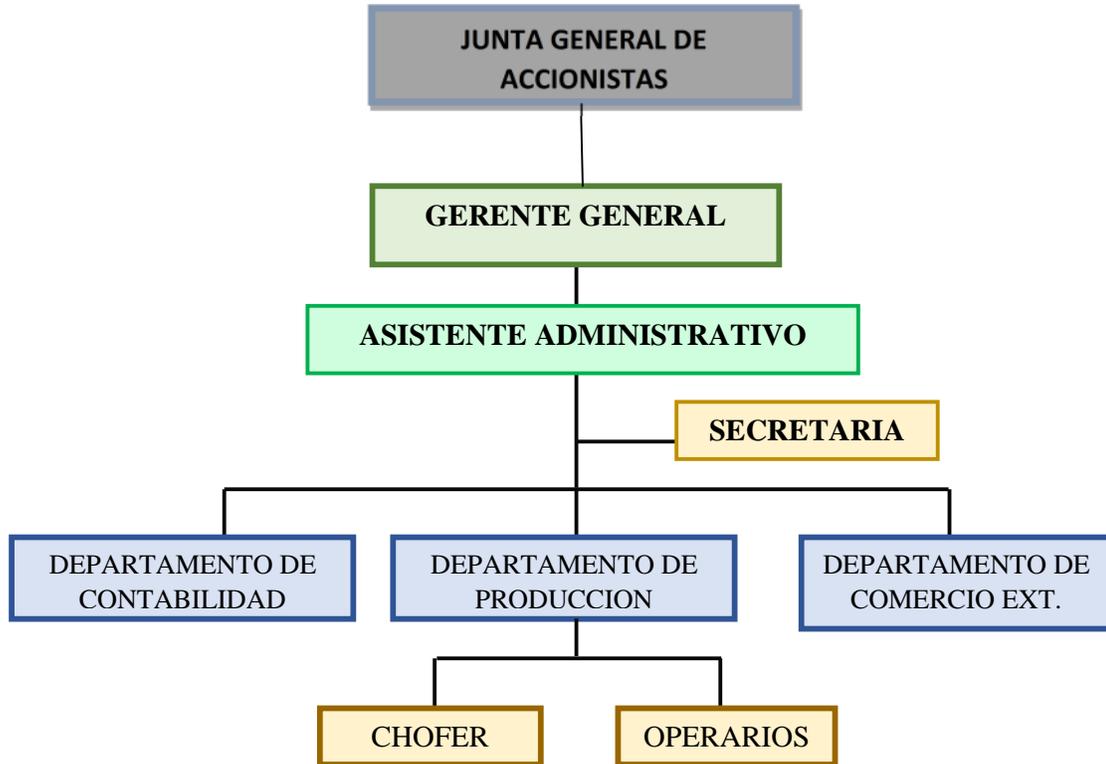
Elaborado por: Autor

5.5. SLOGAN

Consume Coco, Conserva tu salud..

5.6. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

FIGURA 29 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por: Autor

MARCO LEGAL

5.7. LEGISLACIÓN

5.7.1. BENEFICIOS DEL COMERCIO EXTERIOR

En el ámbito macroeconómico: lleva a las naciones del mundo a la especialización productiva.

Ello obedece a dos factores:

- La desigualdad de los factores productivos (tierra, trabajo y capital),
- La desigualdad en la composición tecnológica de los productos; lo que genera ventajas y desventajas comparativas.

Es así; que un país tiende a importar aquellos productos que no fábrica o fabrica en desventaja, respecto a otros y tratará de exportar aquellos en los que cuenta con ventajas.

En el ámbito microeconómico: Beneficia tanto al Sector Exportador como al Sector Importador.

- a) Beneficia al Importador; ya que este cuenta con diversidad de productos para ponerlos a disposición de los consumidores en su gran variedad, calidad y precio; resultando ser el más beneficiado.
- b) Beneficia al Exportador, ya que con ello:
 - Amplía su mercado.
 - Reduce o eliminar desniveles estacionales de la demanda interna.
 - Reduce o elimina las caídas de las ventas internas por factores imprevistos.
 - Incrementa la producción.
 - Reduce la capacidad ociosa.
 - Absorbe mejor los costos fijos.
 - Mejora el producto dadas las exigencias, que en ese sentido, le impone el mercado internacional.

- Resulta ser un buen argumento para la obtención de apoyo crediticio.
- Motiva a los integrantes de la empresa y a sus directivos.

5.7.2. NOMENCLATURA ARANCELARIA

- **Sección IV:** Productos de las industrias alimentarias, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
- **Capítulo 20:** Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
- **Partida 20.09:** Jugo de frutas u otros frutos o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de azúcar u otro edulcorante
- **Sub partida arancelaria 2009.90.00:** -- mezcla de jugos

5.8. PROCEDIMIENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA Y EXPORTACIÓN A CONSUMO

Es comúnmente conocida como exportación general; la Ley Orgánica de Aduanas del Ecuador, define a la Exportación a consumo de la siguiente manera:

“Art. 56.- LaExportación a consumo como el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales onacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.”

El procedimiento a seguir para este régimen es el siguiente:

1. Obtener la tarjeta de identificación Importador – Exportador, otorgada porcualquier Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador.
2. Factura comercial original.
3. Llenar y hacer aprobar el Formulario Único de Exportación (FUE)
4. Conocimiento de Embarque: Marítimo, Aéreo o Terrestre.
5. Certificados (cuando el caso lo amerite).

5.8.1. TARJETA DE REGISTRO DE IDENTIFICACIÓN DE IMPORTADOR

Realizar los trámites con el Departamento de Comercio Exterior de un Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador.

Personas Naturales:

- a) Registro Único de Contribuyentes.
- b) Cédula de ciudadanía.

Personas Jurídicas:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- b) Copia de la constitución de la compañía.
- c) Comunicación suscrita por el representante legal constando:
- d) Dirección domiciliaria, número telefónico, nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y sus números de cédula.
- e) Copia del nombramiento y de cédulas de identidad.

5.8.2. FACTURA PROFORMA

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla, la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

1. Datos del Exportador
2. Nombre,
3. Dirección

4. Teléfono
5. Factura Pro Forma N°
6. Fecha y lugar de emisión
7. Datos del Importador
8. Nombre
9. Dirección
10. Teléfono
11. Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
12. Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.

5.8.3. FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN

El Formulario Único de Exportación, es un documento oficial que deben utilizar los exportadores para declarar las exportaciones ecuatorianas hacia el mercado internacional.

Cualquier persona natural o jurídica puede realizar exportaciones, precio al cumplimiento de las disposiciones legales y de las normas operativas que constan en el Reglamento del Comercio Exterior emitido por Banco Central del Ecuador.

5.8.4. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

Se utiliza para el transporte marítimo por medio del cual se deja constancia la propiedad de la mercadería, el contrato y recibo de los productos a bordo, en este documento se fijan los datos del cargador, exportador, consignatario, buque y más información que permite proteger a las partes involucradas.

5.8.5. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE AÉREO

Documento justificativo del contrato de transporte aéreo, establecido entre un expedidor y una compañía de transporte aéreo, mediante el cual ésta reconoce haber recibido la mercancía para su expedición y se obliga a transportarla al aeropuerto de destino conforme a las condiciones especificadas. Se denomina, igualmente, carta de porte aéreo y nota de consignación. Lo emite la compañía aérea o un agente de carga aérea IATA autorizado.

El conocimiento aéreo cumple cinco funciones:

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

5.8.6. CERTIFICADOS

Certificados Sanitarios

- a) Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, a la Unión Europea otorga el Instituto Nacional de Higiene.
- b) Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAG.

- c) Certificado Zoosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA-MAGAP.
- d) Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca -INP.

Certificados de Origen

- a) Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.
- b) Para los productos acogidos a los beneficios del SGP y ATPDEA extiende el MIC.
- c) Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

Certificados de Calidad

- a) Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca.
- b) Para conservas alimenticias otorga el INEN.
- c) Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes.

5.8.7. OTROS TRÁMITES OBLIGATORIOS PARA LA EXPORTACIÓN

REGISTRO SANITARIO

Es un documento que nos indica que los productos provenientes del recurso natural, que no ha sufrido ninguna transformación química, solo procesos físicos.

Este certificado sirve para controlar y consolidar las exportaciones realizadas bajo el SGP. Para que la mayoría de productos sean desaduanizados en el país de destino, con rebaja o exoneración de aranceles a demás le da la condición de originario del país exportador.

5.8.8. TIPOS DE DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL.

Bill of loading: Llamado también Embarque Marítimo, o conocido como B/L, es un contrato de transporte entre el remitente o embarcador de una mercadería y la compañía de transporte, se lo considera como un recibo que prueba que una mercadería con determinadas características y cantidades ha sido embarcada. Es un documento que da fe que una determinada mercadería pertenece a la persona consignada en el documento.

Air waybill: Guía Aérea por medio de este la compañía de aviación certifica que ha recibido las mercancías para su transporte hasta el lugar de destino.

Carta porte internacional por carretera: es el documento que prueba que el transportista ha autorizado, ha tomado las mercancías bajo su responsabilidad y se ha obligado a transportarlas y entregarlas de conformidad con las condiciones establecidos en ella o en contrato correspondiente.

5.8.9. TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN

Al realizar negocios internacionales, las condiciones de entrega y pago de la mercadería deben definirse en el contrato de compraventa; preferiblemente seleccionando un INCOTERM (Reglas Internacionales para la Interpretación de los términos comerciales) de la Cámara de Comercio

Internacional (CCI) su aplicaciones básica para realizar negocios de compraventa internacional en los que no se produzcan malentendidos y posteriores litigios.

5.9. REGÍMENES ADUANEROS DE EXPORTACIÓN

A continuación se describen varios regímenes aduaneros que guardan relación con el proceso de exportación cuyos conceptos se encuentran estipulados en la Ley Orgánica de Aduanas:

“Art. 56.- Exportación a Consumo.- Régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.”

“Art. 62.- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.-La exportación temporal con reimportación en el mismo estado, es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo con un fin determinado y reimportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.”

“Art. 63.- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.-La exportación temporal para perfeccionamiento pasivo es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.”

“Art. 64.- Devolución Condicionada.-Devolución condicionada es el régimen por el cual se permite obtener la devolución total o parcial de los

impuestos pagados por la importación de las mercancías que se exporten dentro de los plazos que señale el reglamento de esta ley, en los siguientes casos: a) Las sometidas en el país a un proceso de transformación; b) Las incorporadas a la mercancía; y, c) Los envases o acondicionamientos.”

“**Art. 66.- Zona Franca.-** Régimen liberatorio que, por principio de extraterritorialidad, permite el ingreso de mercancías libre del pago de impuestos, a espacios autorizados y delimitados del territorio nacional. Las mercancías ingresadas a zona franca no están sujetas al control de la administración aduanera.

Las zonas francas son:

- Comerciales, aquellas en las cuales las mercancías admitidas permanecen sin transformación alguna, en espera de su destino ulterior.
- Industriales, aquellas en las que la mercancía se admite para someterlas a operaciones autorizadas de transformación y perfeccionamiento, en espera de su destino ulterior.”

“**Art. 67.- Maquila.-** Régimen suspensivo del pago de impuestos que permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación ser reexportadas.”

5.10. MARKETING MIX

Los objetivos comerciales que persigue el proyecto podrán ser conseguidos a través del uso de este tipo de herramientas, teniendo en cuenta temas claves referentes al producto, al precio, a la distribución y a la comunicación.

TABLA 24 MARKETING MIX

PRODUCTO	PRECIO	DISTRIBUCION	COMUNICACION
Jugo natural mix de coco y maracuyá	Competitivos en el mercado canadiense, inferiores a la media que se maneja en estos países del norte.	Redes de distribución. Franquicias Alianzas estratégicas	Interacción entre fabricante, proveedor, distribuidor y consumidores finales.

Elaborado por: Autor

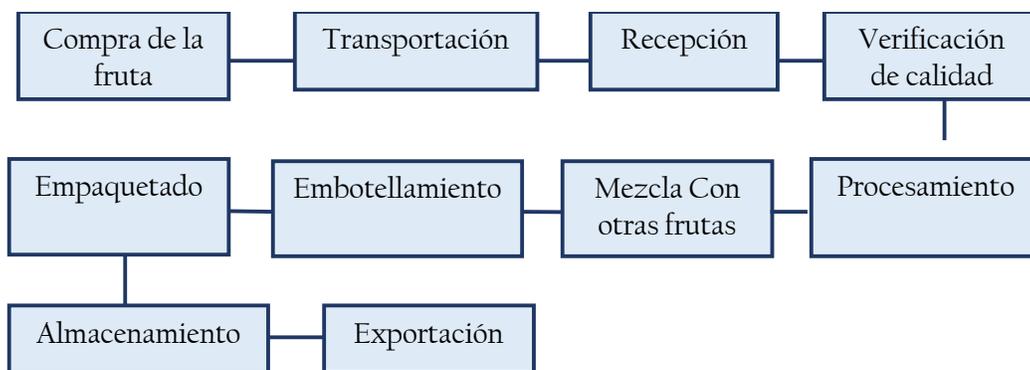
5.11. ASPECTOS DE LA PRODUCCIÓN

Actividad de la compañía:

Empresa dedicada a la elaboración de Jugos de frutas teniendo como insumo básico el Agua de Coco para su exportación al mercado estadounidense.

5.11.1. PROCESO PRODUCTIVO

FIGURA 30 PROCESO PRODUCTIVO



Elaborado por: Autor

Es el procedimiento técnico que se inicia con la recepción de la fruta en el centro de acopio donde el Coco será seleccionado y clasificado de acuerdo a su tamaño para posteriormente ser embarcado y movilizad o por el transporte hasta la empresa que realiza el proceso de producción de jugos.

a) SELECCIÓN DE LA VARIEDAD Y ESTADO DE MADUREZ

La cantidad de agua de coco que se puede extraer de un coco depende de la variedad y el estado de maduración del mismo.

Por ejemplo, los cocos de la variedad Maypan producen una mayor cantidad de agua de coco que los de la variedad Enano amarillo, los de Enano verde o los de Enano naranja.

Los máximos rendimientos de agua de coco se obtienen de los cocos que tienen como mínimo nueve meses.

5.11.2. ELABORACIÓN DEL JUGO DE FRUTAS

Una vez seleccionada la fruta que formará parte de nuestro producto final (jugos), se procederá con su despulpamiento y almacenamiento refrigerado hasta el inicio del proceso de elaboración de jugos.

1. Las pulpas de las frutas pasarán por un proceso de purificación y desinfección..
2. Posteriormente pasarán a las máquinas exprimidoras donde a presión se obtendrá el jugo de cada una de las frutas por separado.
3. Los líquidos o jugos obtenidos pasarán a almacenarse en recipientes debidamente purificados, para posteriormente ser filtrados a través de los coladores con el fin de separar las impurezas.
4. Se procederá con la inclusión de preservantes en el producto.

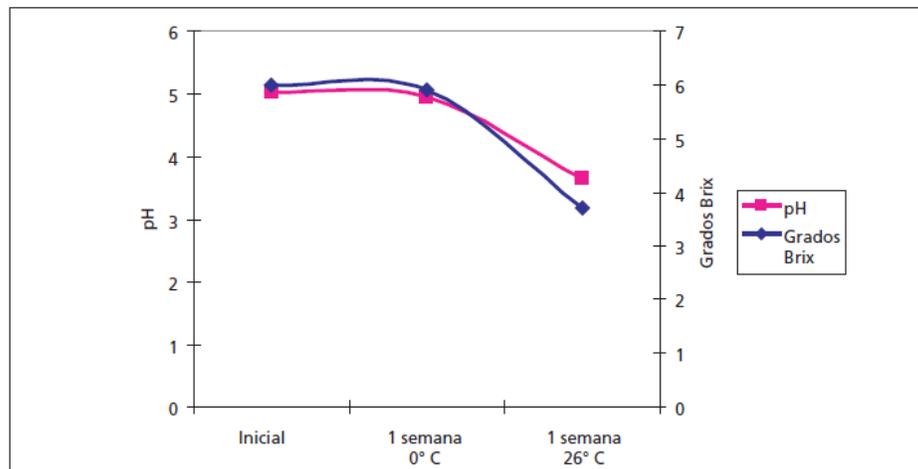
Posteriormente pasaran al área de embotellamiento, etiquetado y despacho

5.11.2.1. CONTROL DE LA TEMPERATURA DURANTE LA ELABORACIÓN

Enfriar inmediatamente el agua de coco a 4 °C, después de su extracción, para detener el inicio de los procesos de deterioro.

Cuando se tienen que embotellar grandes cantidades de jugo, se recomienda usar un depósito de enfriamiento refrigerado para enfriar con rapidez. El agua de coco mantiene sus características de calidad cuando se almacena en condiciones de baja temperatura (0° a 4° C). Sin embargo, el producto se descompone a altas temperaturas, como lo demuestra la disminución del pH y del grado Brix al almacenarse a 26 °C, después de una semana (FAO, 2007).

FIGURA 31 CAMBIOS DE PH Y GRADOS BRUX



Fuente: Revista El Agro

Cambios del pH y grado brix del agua de coco embotellada, al comparar la muestra original y después del almacenamiento a 0 °C y a 26 °C al cabo de una semana

5.11.2.2. REDUCIR EL RIESGO DE CONTAMINACIÓN MICROBIANA EN EL PRODUCTO

Todas las herramientas y los instrumentos se deben limpiar totalmente, desinfectar y secarlos al aire para reducir el riesgo de contaminación microbiana durante el proceso de las operaciones.

5.11.2.3. DESINFECCIÓN DE BOTELLAS Y TAPAS

Las botellas sucias y no desinfectadas son una fuente de contaminación y un gran riesgo para el estado de la conservación del producto.

Es decir todas las botellas y tapas se deben desinfectar, enjuagarlas con agua potable, desinfectarlas durante 15 minutos. y Dejar las botellas y las tapas al aire seco boca abajo.

5.11.2.4. ENVASE, EMBALAJE Y DISEÑO

El envase de nuestro jugo de frutas estará elaborado en plástico, polipropileno de baja densidad, lo cual va a permitir su fácil congelación y resaltará el color natural del jugo de fruta, característica muy importante para el consumidor al momento de observar un atractivo en el envase del mismo.

En el diseño del envase del producto, se podrá observar el color que es el que capta la atención del cliente, además tendrá el nombre de la bebida con el respectivo valor nutricional y demás especificaciones sanitarias que son necesarias para la comercialización del producto.

Por otro lado, el embalaje del producto será en cajas de cartón en el cual ubicaremos 20 unidades con separaciones de 10 unidades en la parte inferior y

superior de la caja para que no haya ningún inconveniente al ser transportadas a su destino.

5.11.2.5. ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE DEL JUGO DE COCO

Es importante mantener el producto a una temperatura media ya que las altas temperaturas también fomentan el desarrollo microbiano dentro del producto embotellado y, por lo tanto, limita su vida útil.

Las bacterias y las levaduras son los microorganismos predominantes asociados al agua de coco recién embotellada.

Estos microorganismos se multiplican rápidamente a altas temperaturas y ayudan a deteriorar el producto. Por lo tanto, es esencial que la temperatura del almacenamiento de agua de coco embotellada se mantenga entre 0° y 4° C durante el transporte y el almacenamiento con el fin de garantizar el mantenimiento de su calidad y de aumentar su estado de conservación.

5.11.3. PRESENTACIÓN DE PRODUCTO

En cuanto a la presentación y envase, este jugo se entregará al mercado en botellas de plástico de 350 ml. Cada una debidamente etiquetada con el logo de la empresa, nombre del jugo y el slogan del producto. Adicionalmente, con la información nutricional y los permisos para su producción y comercialización.

5.11.4. OBSERVACIONES PARA UNA RECOMENDACIÓN HIGIÉNICA

Se debe evitar a toda costa la contaminación humana y ambiental del jugo. Todos los individuos que tienen que ver con el corte de cocos y con el proceso de embotellado del jugo elaborado con agua de coco deben tener buena salud y deben cumplir las Buenas Prácticas Higiénicas (BPH) para no contaminar el producto durante la recolección y el embotellado del agua de coco.

5.11.5. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN EL LUGAR DE ELABORACIÓN

El lugar en el que se embotella el jugo de frutas debe estar limpio y sin animales, insectos, polvo ni basura. Todas las superficies que puedan entrar en contacto con el agua de coco deben estar totalmente limpias y desinfectadas. El lugar en el que se cortan los cocos debe estar separado físicamente del lugar del embotellado. El material de desecho, como por ejemplo la corteza del coco, debe sacarse del lugar del proceso y debe eliminarse con rapidez.

5.12. ANÁLISIS FINANCIERO

5.12.1. INVERSIÓN

En este capítulo se analizará si el proyecto es factible o no. Para que el inversionista conozca la pronta recuperación de su inversión, lo cual es de suma importancia, primero se debe conocer cuál será la inversión inicial del proyecto y su forma de financiamiento.

ACTIVO FIJO O NO CORRIENTE

Los activos fijos son aquellos que se mantienen durante un año y se utilizan para llevar a cabo la actividad de la empresa. En el siguiente cuadro podemos observar un detalle de los activos necesarios para el funcionamiento de la industria.

TABLA 25 INVERSIÓN EN MAQUINARIA

COCO FRUITS			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
2	MAQUINA DE ASPERSION	1.200,00	2.400,00
2	MAQUINA EXPRIMIDORA	1.500,00	3.000,00
2	MEZCLADORAS	4.000,00	8.000,00
2	SEPARADOR DE IMPUREZAS	130,00	260,00
1	CONGELADOR INDUSTRIAL	6.000,00	6.000,00
1	EMPAQUETADORA	15.000,00	15.000,00
1	BALANZA ANALITICA	8.000,00	8.000,00
1	ALMACENADOR	900,00	900,00
2	MESAS DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	4.000,00	8.000,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		51.560,00

Elaborado por: Autor

Para la movilización del producto y del personal en caso de ser necesario, se comprarán los siguientes vehículos:

TABLA 26 INVERSIÓN EN VEHÍCULOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	VEHICULOS		
1	CAMIÓN SENCILLO	32.000,00	32.000,00
2	CAMIÓN PEQUEÑO REFRIGERADO	40.000,00	80.000,00
	TOTAL VEHICULOS		112.000,00

Elaborado por: Autor

En el cuadro se observan los mobiliarios de oficina y los equipos de oficina que se comprenden los equipos electrónicos.

TABLA 27 INVERSIÓN DE MOBILIARIOS, EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN.

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
3	ESCRITORIOS	150,00	450,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	120,00
2	ACONDICIONADORES DE AIRE	800,00	1.600,00
3	SILLAS DE ESPERA	40,00	120,00
2	ARCHIVADORES	75,00	150,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		2.440,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	50,00	100,00
1	MESA EJECUTIVA	250,00	250,00
1	TELEFAX	150,00	150,00
2	TELEFONOS	40,00	80,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		5.460,00
	EQUIPO DE COMPUTACION		
7	COMPUTADORAS	650,00	4.550,00
5	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300,00	1.500,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION		6.050,00

Elaborado por: Autor

Teniendo en cuenta las cuentas antes mencionadas, tenemos que la

DEPRECIACIÓN

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

Una vez que el activo ha cumplido su vida útil completara su depreciación acumulada, para calcular la cuota de la depreciación anual se multiplica el costo unitario por el porcentaje de depreciación determinado para cada activo según la Ley de Régimen Tributario.

Por medio de la siguiente tabla se podrá apreciar la depreciación de las máquinas y equipos de oficina:

TABLA 28 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.440,00	10%	20,33	244,00
EQUIPO DE COMPUTACION	6.050,00	33%	166,38	1.996,50
VEHICULO	40.000,00	20%	666,67	8.000,00
EDIFICIO	25.000,00	5%	104,17	1.250,00
EQUIPO DE OFICINA	5.460,00	10%	45,50	546,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	51.560,00	10%	429,67	5.156,00
TOTAL	130.510,00		1.432,71	17.192,50

Elaborado por: Autor

ACTIVOS CIRCULANTES O CORRIENTES

Los activos corrientes son llamados también activos circulantes y son aquellos fácilmente transformables a dinero. Por lo general se espera convertirlos en dinero en un periodo de doce meses o menos.

Los inventarios son activos corrientes puesto que su objetivo es precisamente ser enajenados dentro del giro ordinario de la empresa.

5.12.2. GASTOS

En la inversión inicial la empresa debe considerar los gastos que se van a tener en el primer mes, ya que es obligación de la misma pagar sueldos y salarios, el aporte patronal de IESS, los servicios básicos y otros gastos que incluyen la compra de suministros de oficina y materiales de limpieza y gastos de combustibles para el vehículo del negocio.

Por otro lado, también podemos mencionar los gastos de venta, como por ejemplo los gastos de publicidad, los cuales los podemos observar en el siguiente cuadro:

TABLA 29 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		MENSUAL
1	GERENTE	1.500,00
1	SECRETARIA	400,00
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	600,00
1	JEFE DE PRODUCCION	1.000,00
1	JEFE DE COMERCIO EXTERIOR	1.000,00
1	CONTADOR	900,00
1	ASISTENTE DE PRODUCCION	600,00
1	OPERARIOS	340,00
1	CHOFER	500,00
	APORTE PATRONAL	810,54
	DECIMO CUARTO	
	DECIMO TERCERO	
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	7.650,54

Elaborado por: Autor

TABLA 30 GASTOS GENERALES

GASTOS DE GENERALES		MENSUAL
	AGUA	100,00
	ENERGIA ELECTRICA	500,00
	TELEFONO	200,00
	SERVICIOS DE INTERNET	60,00
	UTILES DE OFICINA	50,00
	TOTAL GASTOS GENERALES	910,00

Elaborado por: Autor

Por otro lado, también podemos mencionar los gastos de venta, como por ejemplo los gastos de publicidad, los cuales los podemos observar en el siguiente cuadro:

TABLA 31 GASTOS DE PUBLICIDAD

GASTO DE VENTAS		MENSUAL
	PUBLICIDAD	300,00
	PAGINA WEB	450,00
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	750,00

Elaborado por: Autor

5.12.3. ESTRUCTURA DE CAPITAL

La estructura del capital se refiere a la forma en que una empresa financia sus activos a través de una combinación de capital, deuda. Es entonces la composición o la estructura de los pasivos, lo que quiere decir es como se va a cubrir la inversión inicial.

A continuación se muestra una tabla la cual nos indica el financiamiento de la inversión inicial para la realización del proyecto.

TABLA 32 INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.440,00
EQUIPO DE COMPUTACION	6.050,00
VEHICULO	112.000,00
EDIFICIO	40.000,00
EQUIPO DE OFICINA	5.460,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	51.560,00
CAJA - BANCO	40.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	257.510,00

Elaborado por: Autor

TABLA 33 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		257.510,00
Financiado	84%	217.510,00
Aporte Propio	16%	40.000,00
		257.510,00

Elaborado por: Autor

TABLA 34 PRÉSTAMO BANCARIO

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	8,00%	0,08
		0,08

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	217.510,00	17.400,80

Elaborado por : Autor

La empresa financia el 84% a través de un préstamo de \$217.510,00y el 16% es capital propio.

5.12.4. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas se realizó de acuerdo ala producción mensual de cocos y a la cantidad óptima que harían rentable este proyecto, 15420 unidades a un precio aceptable en el mercado de \$2,50 nos arrojarían los siguientes resultados:

TABLA 35 PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUALES

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
UNIDADES VENDIDAS (Envase 350 ml)	15.420,00	2,50	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00
TOTAL DE INGRESOS			38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00
38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00	38.550,00

Elaborado por: Autor

Dado el análisis mensual de ventas se observa que en el primer año, las ventas serían un total de \$462,600.00, realizando una proyección tomando en cuenta una inflación anual de 3%, estimamos las ventas en relación a un incremento de precios y los gastos a 5 años determinándolos bajo esta variable de la siguiente manera:

TABLA 36 PROYECCIÓN DE VENTAS EN 5 AÑOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38
462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38

Elaborado por: Autor

5.12.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquella cantidad en el cual los ingresos se igualan a los costos, es decir, es donde no existe pérdida ni utilidad.

Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos, mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones.

TABLA 37 COSTOS TOTALES

COSTO DE VENTAS							
CANT.	DETALLE	COSTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
15420	PRODUCCION (Envase 350 ml)	0,73	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60
TOTAL			11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60

COSTO DE VENTAS							
JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMBR	DICIEMBR	AÑO 1
11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	135079,20
11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	11256,60	135079,20

Elaborado por :Autor

En el cuadro se detallan los costos totales que incurren en la producción de jugos a base de agua de coco en presentación por unidad de botella de 350 ml.

5.12.5.1. PUNTO DE EQUILIBRIO DE INGRESO POR VENTAS

Es el total de dólares por ventas que ingresan en la empresa cada mes o año, en este caso se lo realizó anualmente. Para llevar a cabo un análisis de punto de equilibrio válido, su proyección se debe basar en el volumen de

ventas que realmente se espera tener, no en cuánto se necesita para lograr una buena ganancia.

Para calcular el punto de equilibrio de ingreso por ventas se requiere de la siguiente fórmula:

TABLA 38 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO		Y	X
DATOS			
ventas	462.600,00		462.600,00
costo fijos	152.368,98		287.448,18
Costos variables	135.079,20		135.079,20

PE=	CF	=	152368,98
	1-	CV	0,70800
PE=		=	215210,42

Elaborado por: Autor

El punto de equilibrio de ventas refleja el ingreso que la empresa debe tener para no tener ni pérdida ni ganancias, el cual es de \$215.210.42.

5.12.6. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son documentos o informes que ayudan a conocer el estado de una empresa, los recursos financieros con los que cuenta, los resultados que ha obtenido, la rentabilidad que ha generado, las entradas y salidas de efectivo que ha tenido, entre otros aspectos financieros.

Ya sea que se trate de gerentes, inversionistas, accionistas, proveedores, bancos, agentes financieros, o entidades gubernamentales, los estados

financieros les permiten obtener información de acuerdo a sus necesidades, analizarla y, en base a dicho análisis, tomar decisiones.

Los principales estados financieros son: el balance general, estado de resultado, estado de flujo de efectivos.

5.12.6.1. BALANCE INICIAL

El balance inicial es aquel balance que se hace al momento de iniciar la empresa, proporciona información sobre la situación económica puesto que informa sobre los recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones. En el balance inicial se registraran los activos los cuales corresponden a los recursos de la empresa, pasivos que son las obligaciones de la empresa a favor de terceros, y patrimonio que son las aportaciones realizadas por los accionistas.

El Activo está compuesto por el conjunto de bienes y derechos de los que es titular la empresa, Por otro lado, el Pasivo por su parte, está formado por el conjunto de recursos financieros obtenidos por la empresa para el desarrollo de sus funciones y por las estimaciones de gastos futuros.

En el siguiente cuadro se detallan tanto las cuentas de Activo como las de Pasivo:

TABLA 39 BALANCE GENERAL

COCO FRUITS BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	40.000,00	186.591,52	289.833,94	399.772,35	516.538,42	639.594,93
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	40.000,00	186.591,52	289.833,94	399.772,35	516.538,42	639.594,93
ACTIVOS FIJOS	217.510,00	217.510,00	217.510,00	217.510,00	217.510,00	217.510,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	-	32.342,50	64.685,00	97.027,50	127.373,50	157.719,50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	217.510,00	185.167,50	152.825,00	120.482,50	90.136,50	59.790,50
TOTAL DE ACTIVOS	257.510,00	371.759,02	442.658,94	520.254,85	606.674,92	699.385,43
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	217.510,00	174.008,00	130.506,00	87.004,00	43.502,00	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	23.662,65	25.134,60	26.635,05	28.464,32	30.024,35
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	29.499,44	31.334,47	33.205,03	35.485,52	37.430,36
TOTAL PASIVO	217.510,00	227.170,09	186.975,07	146.844,07	107.451,84	67.454,71
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	104.588,93	111.094,94	117.726,91	125.812,30	132.707,64
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	104.588,93	215.683,86	333.410,78	459.223,08
TOTAL PATRIMONIO	40.000,00	144.588,93	255.683,86	373.410,78	499.223,08	631.930,72
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	257.510,00	371.759,02	442.658,94	520.254,85	606.674,92	699.385,43

Elaborado por: Autor

5.12.6.2. ESTADOS DE RESULTADOS O ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El Estado de Resultado o Estado de Ganancias y Pérdidas es uno de los estados financieros básicos. Muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo.

TABLA 40 ESTADO DE RESULTADOS

COCO FRUITS						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38	2.456.006,23
(-) COSTO DE VENTAS	135.079,20	139.131,58	143.305,52	147.604,69	152.032,83	717.153,82
UTILIDAD BRUTA	327.520,80	337.346,42	347.466,82	357.890,82	368.627,55	1.738.852,41
COSTOS INDIRECTOS	152.368,98	155.861,77	159.459,35	161.168,36	164.985,03	793.843,49
UTILIDAD OPERACIONAL	175.151,82	181.484,65	188.007,46	196.722,46	203.642,52	945.008,91
(-) GASTOS FINANCIEROS	17.400,80	13.920,64	10.440,48	6.960,32	3.480,16	52.202,40
UTILIDAD ANTES PART. IMP	157.751,02	167.564,01	177.566,98	189.762,14	200.162,36	892.806,51
PARTICIPACION EMPLEADOS	23.662,65	25.134,60	26.635,05	28.464,32	30.024,35	133.920,98
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	134.088,37	142.429,41	150.931,94	161.297,82	170.138,00	758.885,54
IMPUESTO RENTA	29.499,44	31.334,47	33.205,03	35.485,52	37.430,36	166.954,82
UTILIDAD NETA	104.588,93	111.094,94	117.726,91	125.812,30	132.707,64	725.851,70

Elaborado por:Autor

5.12.7. CÁLCULO DE INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.12.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Corresponde a uno de los métodos de evaluación de proyectos más utilizado e importante, por medio del cual se determina el valor presente de los flujos futuros en un período determinado de tiempo. La tasa de descuento es de 8%.

TASA DE DESCUENTO	
INFLACIÓN	3,00%
TASA PASIVA BANCARIA	5,00%
TASA DE DESCUENTO	8%

El VAN obtenido, asciende a **\$441.096,02** lo que muestra que el proyecto es rentable, ya que su VAN es mayor a cero.

5.12.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Conocida como TIR es la tasa a la que el valor actual neto es igual a cero. La

TIR utiliza criterios para conocer si el proyecto es rentable:

- Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto es aceptable.
- Si la TIR es igual a la tasa de descuento, al inversionista le es indiferente el proyecto.
- Si la TIR es menor a la tasa de descuento, el proyecto no es rentable, es decir el inversionista lo rechaza.

La TIR resultante es 65,07% lo cual muestra la rentabilidad del mismo.

5.12.7.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Con el objetivo de realizar un análisis de varios escenarios, se realizó un estudio de sensibilidad, para determinar si la propuesta es viable tanto en un escenario pesimista como en uno optimista

En el escenario pesimista se aumentó en un 15% los gastos a partir del segundo año, mientras que en el escenario optimista se incrementó en un 9% los ingresos a partir del segundo año; por consiguiente se observa, en el peor escenario que si se da un aumento en los gastos, disminuirá en un 49% el VAN, representado por un valor aproximado de \$226.186,97 dólares; mientras que en el mejor escenario si se da un incremento en las ventas, aumentará el VAN 42%, representado por un valor de \$626.992,52 dólares.

TABLA 41 ANÁLISIS DE ESCENARIOS

EVALUACIÓN FINANCIERA			
	PESIMISTA	REAL	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	8%	8%	8%
VAN	226.186,97	441.096,02	626.992,52
TIR	48%	65%	76%
B/C	5,65	11,03	15,67
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	0,30	0,30	0,30

Elaborado por: Autor

En ambos escenarios obtenemos como resultado un VAN mayor a 0, es decir que el proyecto es factible financieramente y se aprueba, se observa una TIR mayor a la tasa de descuento, otro índice que indica la factibilidad de la propuesta, aún en la escena pesimista.

CONCLUSIONES

- ✓ La falta de conocimiento por parte de los productores de coco en relación a los mercados potenciales de derivados del agua de la fruta que comercializan, genera una baja competencia en la producción y procesamiento del mismo, sin embargo se muestran muy interesados tal como se demuestra a través de las encuestas, en generar mayores ingresos diversificando y aprovechando al máximo los beneficios y demanda creciente del mercado.
- ✓ Luego de un análisis del mercado estadounidense, se pudo demostrar que la creciente concientización del país, referente al consumo de productos beneficiosos para la salud, ha generado nuevas oportunidades comerciales que incluyen productos naturales y que al mismo tiempo aporten atributos al consumidor, tales como proteínas, energía, salud, electrolitos, bajo nivel de azúcar, entre otros, siendo este tipo de bebidas las que presentan un mayor crecimiento de demanda y consumo per cápita anual y se estima seguirá incrementando.
- ✓ Luego del análisis de los factores que intervienen en la producción y procesamiento del producto a ofertar, se puede determinar que es un proyecto viable que a través del incentivo a los productores y dando a conocer los beneficios del producto a los consumidores puede generar un alto nivel de ingreso aportando al incremento de la producción nacional, promoviendo la competitividad y el comercio internacional, como parte de aplicación de uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir que busca impulsar la transformación de la matriz productiva.

- ✓ El proyecto que se presenta genera utilidades, la inversión es favorable ya que la rentabilidad del negocio es alta, obteniendo una recuperación de capital a un corto plazo aún en un escenario pesimista.

RECOMENDACIONES

El proyecto que se presenta, es viable pero como toda empresa se debe emplear un elaborado plan de Marketing y estrategias comerciales que contribuyan al conocimiento y posicionamiento del producto en el mercado, se debe iniciar logrando crear una red de proveedores para una mejor comercialización de los jugos, incentivando a los mismos a formar parte.

El uso de redes sociales como un plan de comercio electrónico, sería necesario para lograr captar clientes y darles a conocer los beneficios del producto, ya que como se estipuló en capítulos anteriores, por ser un producto natural a base de frutas aporta al organismo con diversas vitaminas y elementos que generan un aporte importante al cuerpo.

Debe estudiarse también un plan de alianzas estratégicas con empresas que persigan los mismos objetivos que Coco Fruits plantea, para generar de esta manera una ventaja competitiva en el mercado y lograr al mismo tiempo beneficiarse en costos y alcance de mercado.

APÉNDICE A

DERIVADOS DELCOCO



Fuente: Guía técnica del coco

APÉNDICE B

PLAGAS QUE SE PRESENTAN EN EL COCO



Mosca Blanca



Chinche



Picudo

Fuente: Editorial INFOJARDIN

APÉNDICE C

ENFERMEDADES QUE SE PRESENTAN EN EL COCO



Mancha de la hoja
sorpresiva



Cadang-Cadang



Marchitez

Fuente: Editorial INFOJARDIN

APÉNDICE D

DETALLE DE GASTOS

DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1 GERENTE	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00	18.540,00	19.096,20	19.669,09	20.259,16	
1 SECRETARIA	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44	
1 ASISTENTE ADMINISTRATIVO	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.416,00	7.638,48	7.867,63	8.103,66	
1 JEFE DE PRODUCCION	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.360,00	12.730,80	13.112,72	13.506,11	
1 JEFE DE COMERCIO EXTERIOR	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.360,00	12.730,80	13.112,72	13.506,11	
1 CONTADOR	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00	11.124,00	11.457,72	11.801,45	12.155,50	
1 ASISTENTE DE PRODUCCION	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.416,00	7.638,48	7.867,63	8.103,66	
1 OPERARIOS	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	4.080,00	4.202,40	4.328,47	4.458,33	4.592,08	
1 CHOFER	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05	
APORTE PATRONAL	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	810,54	9.726,48	10.018,27	10.318,82	10.628,39	10.947,24	
DECIMO CUARTO				1.460,00									1.460,00	1.503,80	1.548,91	1.595,38	1.643,24	
DECIMO TERCERO												6.840,00	6.840,00	7.045,20	7.256,56	7.474,25	7.698,48	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	7.650,54	7.650,54	7.650,54	9.110,54	7.650,54	14.490,54	100.106,48	103.109,67	106.202,96	109.389,05	112.670,73							
GASTOS DE GENERALES	MENSUAL	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
AGUA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61	
ENERGIA ELECTRICA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05	
TELEFONO	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22	
SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37	
UTILES DE OFICINA	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	618,00	636,54	655,64	675,31	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	20,33	244,00	244,00	244,00	244,00	244,00	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	166,38	1.996,50	1.996,50	1.996,50	-	-	
DEPRECIACION DE VEHICULO	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	1.866,67	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	
DEPRECIACION DE EDIFICIO	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	45,50	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	429,67	5.156,00	5.156,00	5.156,00	5.156,00	5.156,00	
TOTAL GASTOS GENERALES	3.605,21	43.262,50	43.590,10	43.927,53	42.278,58	42.636,56												
GASTO DE VENTAS	MENSUAL	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PUBLICIDAD	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	
PAGINA WEB	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.562,00	5.728,86	5.900,73	6.077,75	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	750,00	9.000,00	9.162,00	9.328,86	9.500,73	9.677,75												
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	12.005,75	12.005,75	12.005,75	13.465,75	12.005,75	18.845,75	152.368,98	155.861,77	159.459,35	161.168,36	164.985,03							

APÉNDICE E
TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				217.510,00
1	3.625,17	1.450,07	5.075,23	213.884,83
2	3.625,17	1.450,07	5.075,23	210.259,67
3	3.625,17	1.450,07	5.075,23	206.634,50
4	3.625,17	1.450,07	5.075,23	203.009,33
5	3.625,17	1.450,07	5.075,23	199.384,17
6	3.625,17	1.450,07	5.075,23	195.759,00
7	3.625,17	1.450,07	5.075,23	192.133,83
8	3.625,17	1.450,07	5.075,23	188.508,67
9	3.625,17	1.450,07	5.075,23	184.883,50
10	3.625,17	1.450,07	5.075,23	181.258,33
11	3.625,17	1.450,07	5.075,23	177.633,17
12	3.625,17	1.450,07	5.075,23	174.008,00
	43.502,00	17.400,80	60.902,80	

TABLA DE AMORTIZACION ANUAL				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				217.510,00
1	43.502,00	17.400,80	60.902,80	174.008,00
2	43.502,00	13.920,64	57.422,64	130.506,00
3	43.502,00	10.440,48	53.942,48	87.004,00
4	43.502,00	6.960,32	50.462,32	43.502,00
5	43.502,00	3.480,16	46.982,16	-
	217.510,00	52.202,40	269.712,40	

APÉNDICE F
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38	2.456.006,23
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38	2.456.006,23
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	257.510,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	100.106,48	103.109,67	106.202,96	109.389,05	112.670,73	531.478,90
GASTO DE VENTAS	-	9.000,00	9.162,00	9.328,86	9.500,73	9.677,75	46.669,33
GASTOS GENERALES	-	10.920,00	11.247,60	11.585,03	11.932,58	12.290,56	57.975,76
GASTO DE COMBUSTIBLE	-	135.079,20	139.131,58	143.305,52	147.604,69	152.032,83	717.153,82
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	23.662,65	25.134,60	26.635,05	28.464,32	30.024,35
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	29.499,44	31.334,47	33.205,03	35.485,52	37.430,36
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	257.510,00	255.105,68	315.812,94	326.891,45	338.267,12	350.621,70	1.420.732,53
FLUJO OPERATIVO	-257.510,00	207.494,32	160.665,06	163.880,89	167.228,39	170.038,67	869.307,33
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	217.510,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	217.510,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	217.510,00
PAGO DE INTERESES	-	17.400,80	13.920,64	10.440,48	6.960,32	3.480,16	52.202,40
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	60.902,80	57.422,64	53.942,48	50.462,32	46.982,16	269.712,40
FLUJO NETO NO OPERATIVO	217.510,00	-60.902,80	-57.422,64	-53.942,48	-50.462,32	-46.982,16	-269.712,40
FLUJO NETO	-40.000,00	146.591,52	103.242,42	109.938,41	116.766,07	123.056,51	599.594,93
SALDO INICIAL	-	40.000,00	186.591,52	289.833,94	399.772,35	516.538,42	
FLUJO ACUMULADO	-	186.591,52	289.833,94	399.772,35	516.538,42	639.594,93	

TIR DEL NEGOCIO

12%

TIR DEL INVERSIONISTA

35%

APÉNDICE G
RAZONES FINANCIERAS

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-257.510,00	207.494,32	160.665,06	163.880,89	167.228,39	170.038,67

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	8,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	869.307,33
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	257.510,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	67,52%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		698.606,02
VAN	POSITIVO	441.096,02
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,58
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	58,38
TASA INTERNA DE RETORNO		65,07%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	462600,00
COSTO DIRECTO	135.079,20
COSTO INDIRECTO	152368,98
FLUJO NETO	146591,52
PAGO DE DIVIDENDOS	43502,00
GASTOS FINANCIEROS	17400,80
GASTOS PERSONAL	100106,48
ACTIVOS FIJOS NETOS	185.167,50

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	215210,42
EN PORCENTAJE	46,52%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	109938,41
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,37
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	25,40
INDICE DE EMPLEO		0,54

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	186.591,52
ACTIVOS TOTALES	371.759,02
UTILIDAD NETA	104.588,93

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,4981	49,81%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2813	28,13%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	869.307,33
GASTOS FINANCIEROS	52.202,40
INVERSION INICIAL	257.510,00
UTILIDAD NETA	725.851,70
VALOR DEL CREDITO	217.510,00
VENTAS	2.456.006,23
COSTO DE VENTA	1.510.997,31
TOTAL DEL ACTIVO	59.790,50

APÉNDICE H
ANÁLISIS ESCENARIO PESIMISTA

VARIACION INGRESOS	3%
VARIACION GASTOS	15%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38	2.456.006,23
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		462.600,00	476.478,00	490.772,34	505.495,51	520.660,38	2.456.006,23
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	257.510,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	100.106,48	115.122,45	132.390,82	152.249,44	175.086,86	674.956,05
GASTO DE VENTAS	-	9.000,00	9.810,00	10.741,50	11.812,73	13.044,63	54.408,86
GASTOS GENERALES	-	10.920,00	12.558,00	14.441,70	16.607,96	19.099,15	73.626,80
GASTO DE COMBUSTIBLE	-	135.079,20	155.341,08	178.642,24	205.438,58	236.254,37	910.755,47
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	23.662,65	20.607,50	16.765,96	12.312,07	6.502,38
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	29.499,44	25.690,68	20.901,57	15.349,05	8.106,30
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	257.510,00	255.105,68	345.993,63	382.514,44	423.776,24	471.146,13	1.728.355,86
FLUJO OPERATIVO	-257.510,00	207.494,32	130.484,37	108.257,90	81.719,28	49.514,24	577.470,11
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	217.510,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	217.510,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	217.510,00
PAGO DE INTERESES	-	17.400,80	13.920,64	10.440,48	6.960,32	3.480,16	52.202,40
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	60.902,80	57.422,64	53.942,48	50.462,32	46.982,16	269.712,40
FLUJO NETO NO OPERATIVO	217.510,00	-60.902,80	-57.422,64	-53.942,48	-50.462,32	-46.982,16	-269.712,40
FLUJO NETO	-40.000,00	146.591,52	73.061,73	54.315,42	31.256,96	2.532,08	307.757,71
SALDO INICIAL	-	40.000,00	186.591,52	259.653,25	313.968,67	345.225,63	
FLUJO ACUMULADO	-	186.591,52	259.653,25	313.968,67	345.225,63	347.757,71	

TIR DEL NEGOCIO
9%

TIR DEL INVERSIONISTA
34%

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	8,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	577.470,11
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	257.510,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	44,85%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		483.696,97
VAN	POSITIVO	226.186,97
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,14
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	113,85
TASA INTERNA DE RETORNO		47,89%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	462600,00
COSTO DIRECTO	135.079,20
COSTO INDIRECTO	152368,98
FLUJO NETO	146591,52
PAGO DE DIVIDENDOS	43502,00
GASTOS FINANCIEROS	17400,80
GASTOS PERSONAL	100106,48
ACTIVOS FIJOS NETOS	185.167,50

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	215210,42
EN PORCENTAJE	46,52%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	54315,42
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,37
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	25,40
INDICE DE EMPLEO		0,54

%

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	186.591,52
ACTIVOS TOTALES	371.759,02
UTILIDAD NETA	104.588,93

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,4981	49,81%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2813	28,13%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	577.470,11
GASTOS FINANCIEROS	52.202,40
INVERSION INICIAL	257.510,00
UTILIDAD NETA	432.790,10
VALOR DEL CREDITO	217.510,00
VENTAS	2.456.006,23
COSTO DE VENTA	1.871.466,68
TOTAL DEL ACTIVO	59.790,50

APÉNDICE I
ESCENARIO OPTIMISTA

VARIACION INGRESOS	9%
VARIACION GASTOS	3%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	462.600,00	504.234,00	549.615,06	599.080,42	652.997,65	2.768.527,13
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		462.600,00	504.234,00	549.615,06	599.080,42	652.997,65	2.768.527,13
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	257.510,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	100.106,48	103.109,67	106.202,96	109.389,05	112.670,73	531.478,90
GASTO DE VENTAS	-	9.000,00	9.162,00	9.328,86	9.500,73	9.677,75	46.669,33
GASTOS GENERALES	-	10.920,00	11.247,60	11.585,03	11.932,58	12.290,56	57.975,76
GASTO DE COMBUSTIBLE	-	135.079,20	139.131,58	143.305,52	147.604,69	152.032,83	717.153,82
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	23.662,65	29.298,00	35.461,46	42.502,06	49.874,95
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	29.499,44	36.524,84	44.208,61	52.985,90	62.177,43
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	257.510,00	255.105,68	315.812,94	336.245,22	358.097,12	382.159,81	1.465.330,19
FLUJO OPERATIVO	-257.510,00	207.494,32	188.421,06	213.369,84	240.983,30	270.837,84	1.121.106,35
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	217.510,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	217.510,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	43.502,00	217.510,00
PAGO DE INTERESES	-	17.400,80	13.920,64	10.440,48	6.960,32	3.480,16	52.202,40
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	60.902,80	57.422,64	53.942,48	50.462,32	46.982,16	269.712,40
FLUJO NETO NO OPERATIVO	217.510,00	-60.902,80	-57.422,64	-53.942,48	-50.462,32	-46.982,16	-269.712,40
FLUJO NETO	-40.000,00	146.591,52	130.998,42	159.427,36	190.520,98	223.855,68	851.393,95
SALDO INICIAL	-	40.000,00	186.591,52	317.589,94	477.017,30	667.538,27	
FLUJO ACUMULADO	-	186.591,52	317.589,94	477.017,30	667.538,27	891.393,95	

TIR DEL NEGOCIO
13%

TIR DEL INVERSIONISTA
37%

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	8,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	1.121.106,35
ANOS	5
INVERSION INICIAL	257.510,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	87,07%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		884.502,52
VAN	POSITIVO	626.992,52
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,41
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	41,07
TASA INTERNA DE RETORNO		76,49%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	462600,00
COSTO DIRECTO	135.079,20
COSTO INDIRECTO	152368,98
FLUJO NETO	146591,52
PAGO DE DIVIDENDOS	43502,00
GASTOS FINANCIEROS	17400,80
GASTOS PERSONAL	100106,48
ACTIVOS FIJOS NETOS	185.167,50

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	215210,42
EN PORCENTAJE	46,52%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	159427,36
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,37
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	25,40 %
INDICE DE EMPLEO		0,54

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	186.591,52
ACTIVOS TOTALES	371.759,02
UTILIDAD NETA	104.588,93

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,4981	49,81%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2813	28,13%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	1.121.106,35
GASTOS FINANCIEROS	52.202,40
INVERSION INICIAL	257.510,00
UTILIDAD NETA	979.931,19
VALOR DEL CREDITO	217.510,00
VENTAS	2.768.527,13
COSTO DE VENTA	1.510.997,31
TOTAL DEL ACTIVO	59.790,50

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador. (2007). *Ley Orgánica de Aduanas*. Obtenido de Aduana del Ecuador:
<http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>
- Cortázar, M. (2011). *Paquete tecnológico cocotero híbrido*. Sureste de México: Inifap.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas Enero/Noviembre 2012-2014*. Recuperado el Noviembre de 2014, de Pro Ecuador: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_eee2015_ene_nov/
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador. (Febrero de 2013). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Obtenido de Boletín Diciembre - Enero 2013:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_AM2012_DIC-ENE.pdf
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador. (Marzo de 2014). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Obtenido de Boletín Febrero Marzo 2014:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/03/BOLETIN-AM-FEBRERO-MARZO-20141.pdf>
- Inteligencia Comercial e Inversiones. (2014). *Perfil Logístico de Estados Unidos 2014*. Recuperado el Diciembre de 2014, de Pro Ecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-estados-unidos-2014/>
- León, J. (1987). *Botánica de los Cultivos Tropicales*. San José, costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York. (2014). *El Mercado de las bebidas listas para tomar en EEUU*. Recuperado el 5 de Marzo de 2014, de Pro Ecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/2014/01/06/bebidas-listas-para-tomar-ee-uu/>
- Paillacho, B. (2007). *Proyecto de Prefactibilidad para la Exportación de Coco en Fresco al Mercado de Bélgica - Bruselas período 2007-2016*. Recuperado el Febrero de 2014, de Repositorio Universidad Tecnológica Equinoccial:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7228/1/32013_1.pdf