

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Noviembre de 2012 hasta Octubre de 2013

REALIZADO POR:

Juan Fariño Cortez

TUTORES:

Ing. Marcos Vidal

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Milagro–Guayas

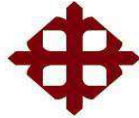
Teléfono: 042-716-218

Celular: 0969-956-734

Correo: juanfarino90@hotmail.com

Guayaquil – Ecuador

TEMA:
**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y
COMERCIALIZADORA DE PULPA DE GUANÁBANA EN EL CANTÓN
MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Juan David Fariño Cortez como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Octubre del 2013

Ing. Marcos Vidal
Tutor

Ing. María del Rocío Vallejo
Lectora

Econ. Servio Correa Macías
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JUAN DAVID FARIÑO CORTEZ

DECLARO QUE:

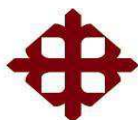
El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresas procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en el cantón Milagro, provincia del Guayas”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR
JUAN DAVID FARIÑO CORTEZ



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, JUAN DAVID FARIÑO CORTEZ

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en el cantón Milagro, Provincia del Guayas”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR

JUAN DAVID FARINO CORTEZ

DEDICATORIA

A la memoria de MSC. FANNY CORTEZ PLÚAS, madre,
esposa y amiga ejemplar.

AGRADECIMIENTO

A mis **PADRES** por su amor y ser el pilar fundamental en todo momento.

A mis **HERMANOS**, por su apoyo incondicional y depositar su confianza en mí, siempre.

A la **Sra.** Marcelina Cruz y María Dolores Mendoza, por su ayuda durante todo el proceso.

RESUMEN

El proyecto de titulación propuesto, es la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, pretende desarrollar sus actividades comerciales en el cantón Milagro, que aún se encuentra en crecimiento en sus actividades comerciales, de igual forma el mercado agroindustrial del cantón se encuentra en una etapa de crecimiento la cual es una oportunidad para empezar operaciones mercantiles en el cantón.

El trabajo busca determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto a través del análisis del entorno, para luego realizar una investigación de mercado que muestre datos relevantes que contribuya al proyecto y permita realizar un plan de marketing correcto para lograr el posicionamiento de la empresa y por ultimo analizar la viabilidad financiera del proyecto, contemplando también la implementación de estrategias de contingencia para reducir o mitigar los riesgos relacionados al proyecto.

ABSTRACT

This project, which is creating a company that manufactures and commercializes guanávana pulp, looks to start its commercial activities in Milagro city, this city hasn't reach the maturity in their commercial activities, neither the agro industrial market standing in a growth stage, creating this an opportunity to start up a business like this one.

This work seeks to determine the feasibility and viability of the project through the environmental analysis, and the market research, showing relevant data which contributes to the project and thus allows a proper marketing planning for attaining the purpose of positioning the company in the top of mind of the customers. To finally assess the financial viability of the project, considering also the implementation of contingency strategies to reduce or mitigate the risks related to the project.

INTRODUCCIÓN

La agroindustria en el país se ha venido desarrollando a través de los años para convertirse hoy en una fuente importante de ingresos para las personas y contribuir al desarrollo de la sociedad, es así que el gobierno a través de sus diferentes formas, se encuentran realizando programas y planes de desarrollo para empresarial para impulsar más el desarrollo de micro emprendimientos que ayuden a la economía de los ecuatorianos.

El cantón Milagro, en la provincia del Guayas, es un ejemplo de lo mencionado en el apartado anterior. Milagro es un cantón conocido por sus actividades comerciales en las cuales se destacan empresas como el Ingenio Valdez que se dedica a la siembra de caña de azúcar para luego comercializar el derivado de la misma, también encuentran empresas agrícolas, y productores de frutas que como es de conocimiento general, la fruta icono del cantón es la piña.

Pero esta fruta ha quedado como un icono, puesto que los productores están diversificando sus sembríos a otras frutas para brindar a la ciudadanía Milagreña.

El presente proyecto pretende procesar la guanábana para su comercialización al cantón en un envase práctico que facilite su consumo, generando un valor agregado al mismo, y pueda posicionarse correctamente en el mercado de la agroindustria del cantón Milagro.

ÍNDICE GENERAL

TEMA:	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XXIII
INDICE DE ILUSTRACIONES	XXVI
ABREVIATURAS.....	XXVII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XXVIII
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	31
1.1. Tema – Título.....	31
1.2. Justificación	31
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	32
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	33
1.5. Objetivos de la Investigación.....	35
1.5.1. Objetivo General	35
1.5.2. Objetivos Específicos	35
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	35
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático.....	36
1.7.1. Planteamiento del Problema.....	37

1.8.	Fundamentación Teórica del Proyecto.....	38
1.8.1.	Marco Referencial	38
1.8.1.	Marco Teórico	39
1.8.2.	Marco Conceptual	40
1.8.3.	Marco Legal	41
1.8.4.	Marco Lógico	43
1.10.	Cronograma.....	45
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	47
2.1.	Análisis de la Oportunidad	47
2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio	49
2.1.2.	Descripción de la Idea Producto o Servicio	49
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	50
2.3.	Objetivos de la Empresa.....	51
2.3.1.	Objetivo General	51
2.3.2.	Objetivo Específicos.....	52
2.4.	Estructura Organizacional	52
2.4.1.	Organigrama.....	52
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	52
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.....	53
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	56
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa	56
3.1.1.	Generalidades.....	56
3.1.2.	Fundación de la Empresa	56
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones	57
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	57
3.1.5.	Compañías Extranjeras (opcional).....	58
3.1.6.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)	59

3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa	59
3.2.1.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)	59
3.2.2.	Mandato Constituyente #8	60
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo	61
3.2.4.	Obligaciones del Empleador	61
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	62
3.2.6.	Fondos de Reserva y Vacaciones.....	63
3.2.7.	Asociación de Trabajadores.....	64
3.2.8.	Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo	64
3.3.	Contratación Civil	64
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación.....	64
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	65
3.3.3.	Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios	65
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	66
3.3.5.	Generalidades y Contratación Pública	66
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad.....	67
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	67
3.4.1.	Código de Ética	67
3.4.2.	Indicadores de Gestión.....	67
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios 68	
3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación	69
3.5.	Propiedad Intelectual	69
3.5.1.	Registro de Marca	69
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos	70
3.5.3.	Derecho de Autor del Proyecto	70
3.5.4.	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)	70
3.6.	Seguro.....	70

3.6.1.	Incendio	70
3.6.2.	Robo	71
3.6.3.	Fidelidad	71
3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	71
3.6.5.	Maquinarias y Equipos	71
3.6.6.	Materia Prima y Mercadería	72
3.7.	Presupuesto.....	73
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	75
4.1.	PEST	75
4.2.	Macro, Meso y Micro	79
4.3.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	80
4.4.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	81
4.5.	Matriz BCG.....	82
4.6.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	82
4.7.	Análisis de las Cinco Fuerza Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.	83
4.8.	Análisis de Oferta	84
4.8.1.	Tipo de Competencia.....	84
4.8.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	85
4.8.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	86
4.8.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	86
4.9.	Análisis de la Demanda	87
4.9.1.	Segmentación de Mercado	87
4.9.1.1.	Criterio de Segmentación.....	87
4.9.1.2.	Selección de Segmentos.....	88
4.9.1.3.	Perfiles de Segmento.....	88

4.10.	Matriz FODA	88
4.11.	Investigación de Mercado	89
4.11.1.	Método	89
4.11.2.	Diseño de Investigación.....	89
4.11.2.1.	Objetivos de la Investigación.....	89
4.11.2.2.	Tamaño de la Muestra	90
4.11.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos.....	91
4.11.2.3.1.	Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.).....	91
4.11.2.3.2.	Concluyente.....	93
4.11.2.4.	Análisis de Datos.....	93
4.11.2.5.	Resumen e Interpretación de resultados	98
4.11.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	99
4.11.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	100
4.12.	Cuantificación de la Demanda.....	100
4.12.1.	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha.....	100
4.12.2.	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca e Payback	100
5.	PLAN DE MARKETING	103
5.1.	Objetivos: General y Específicos	103
5.1.1.	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada.....	103
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	103
5.1.1.2.	Cobertura	104
5.2.	Posicionamiento.....	104
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.....	104
5.2.2.	Valoración del Archivo de la Marca (BAV).....	106
5.3.	Marketing Mix	107
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios.....	107

5.3.1.1.	Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.	107
5.3.1.2.	Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.	108
5.3.1.3.	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.	108
5.3.1.4.	Amplitud y Profundidad de Línea.	108
5.3.1.5.	Marcas y Submarcas.	109
5.3.2.	Estrategia de Precios.	109
5.3.2.1.	Precios de la Competencia.	109
5.3.2.2.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta.	110
5.3.2.3.	Expectativa de los Accionistas.	110
5.3.2.4.	Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía	110
5.3.3.	Estrategia de Plaza.	110
5.3.3.1.	Localización.	110
5.3.3.1.1.	Macro Localización.	111
5.3.3.1.2.	Micro Localización.	111
5.3.3.1.3.	Ubicación.	111
5.3.3.1.4.	Distribución del Espacio.	112
5.3.3.2.	Sistema de Distribución Comercial.	112
5.3.3.2.1.	Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.	112
5.3.3.2.2.	Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.	113
5.3.3.2.3.	Logística.	113
5.3.3.2.4.	Red de Ventas.	113
5.3.3.2.5.	Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.	114
5.3.4.	Estrategias de Promoción.	114
5.3.4.1.	Estrategias ATL y BTL.	114

5.3.4.2.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	115
5.3.4.3.	Promoción de Ventas	115
5.3.4.3.1.	Venta Personal	115
5.3.4.3.2.	Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	115
5.3.4.3.3.	Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis.....	115
5.3.4.4.	Publicidad	116
5.3.4.4.1.	Estrategia de Lanzamiento	116
5.3.4.4.2.	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	116
5.3.4.4.3.	Mindshare.....	116
5.3.4.4.4.	Publicidad Blanca.....	116
5.3.4.4.5.	Merchandising.....	117
5.3.4.4.6.	Relaciones Públicas.....	117
5.3.4.4.7.	Marketing Relacional.....	117
5.3.4.4.8.	Insight Marketing	117
5.3.4.4.9.	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto.....	118
5.3.4.4.9.1.	Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing.....	118
5.3.4.4.9.2.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	118
5.3.4.4.9.3.	Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)	119
5.3.4.4.10.	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	119
5.3.4.4.10.1.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	119
5.3.4.4.10.2.	Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales	120
5.3.4.4.10.3.	Marketing Social.....	120
5.3.4.5.	Ámbito Internacional.....	121
5.3.4.5.1.	Estrategia de Distribución Internacional	121

5.3.4.5.2.	Estrategias de Precio Internacional	121
5.3.5.	Cronograma.....	121
5.3.6.	Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.....	122
5.3.7.	Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados.	122
6.	PLAN OPERATIVO	124
6.1.	Producción.....	124
6.1.1.	Proceso Productivo.....	124
6.1.2.	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	124
6.1.3.	Mano de Obra	125
6.1.4.	Capacidad Instalada.....	126
6.1.5.	Flujograma de Procesos	126
6.1.6.	Presupuesto.....	126
6.2.	Gestión de Calidad.....	127
6.2.1.	Procesos de planeación de calidad	127
6.2.2.	Beneficios de las acciones proactivas.....	128
6.2.3.	Políticas de calidad	128
6.2.4.	Benchmarking.....	128
6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad.....	128
6.2.6.	Estándares de la calidad	129
6.2.7.	Procesos de control de calidad.....	129
6.2.8.	Certificaciones y Licencias	130
6.2.9.	Presupuesto.....	130
6.3.	Gestión Ambiental.....	130
6.3.1.	Procesos de planeación ambiental.....	130
6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas.....	131
6.3.3.	Políticas de protección ambiental	131

6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	131
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental.....	132
6.3.6.	Procesos de control de calidad.....	133
6.3.7.	Trazabilidad	133
6.3.8.	Logística Verde	133
6.3.9.	Certificaciones y Licencias	134
6.3.10.	Presupuesto.....	134
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social.....	134
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social...	134
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas.....	135
6.4.3.	Políticas de protección social	135
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa.....	136
6.4.5.	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo	136
6.4.6.	Procesos de controles sociales	137
6.4.7.	Certificaciones y Licencias	137
6.4.8.	Presupuesto.....	137
6.5.	Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico	137
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	139
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	141
7.1.	Inversión Inicial.....	141
7.1.1.	Tipo de Inversión	141
7.1.1.1.	Fija	141
7.1.1.2.	Diferida	142
7.1.1.3.	Corriente.....	143
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión	143
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento	144

7.1.2.2.	Tabla de Amortización.....	144
7.1.3.	Cronograma de Inversiones	145
7.2.	Análisis de Costos	146
7.2.1.	Costos Fijos.....	146
7.2.2.	Costos Variables	147
7.2.2.1.	Costos de Producción	147
7.3.	Capital de Trabajo.....	148
7.3.1.	Costos de Operación	148
7.3.2.	Costos Administrativos.....	148
7.3.3.	Costos de Ventas	148
7.3.4.	Costos Financieros.....	149
7.4.	Análisis de Variables Críticas	149
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	149
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	150
7.4.3.	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	150
7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio	151
7.4.5.	Análisis de Punto de Cierre.....	151
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	152
7.5.1.	Planificación Tributaria.....	152
7.5.1.1.	Generalidades (Disposiciones normativas)	152
7.5.1.2.	Minimización de la carga fiscal.....	152
7.5.1.3.	Impuesto a la Renta.....	152
7.5.1.4.	Impuesto al Valor Agregado	153
7.5.1.5.	Impuestos a los Consumos Especiales.....	153
7.5.1.6.	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales.....	153
7.5.1.7.	Impuestos al Comercio Exterior	153
7.5.1.8.	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones	154

7.5.1.9.	Impuestos a la Salida de Divisas	154
7.5.1.10.	Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	154
7.5.1.11.	Impuestos a las Tierras Rurales	154
7.6.	Estados Financieros proyectados	155
7.6.1.	Balance General Inicial	155
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	155
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	156
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital.....	156
7.6.2.1.1.1.	TMAR.....	156
7.6.2.1.1.2.	VAN.....	157
7.6.2.1.1.3.	TIR.....	157
7.6.2.1.1.4.	PAYBACK.....	157
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	157
7.7.1.	Productividad	157
7.7.2.	Precio Mercado Local	158
7.7.3.	Precio Mercado Externo.....	158
7.7.4.	Costo de Materia Prima.....	158
7.7.5.	Costo de Materiales Indirectos	158
7.7.6.	Costo de Suministros y Servicios	158
7.7.7.	Costo de Mano de Obra Directa.....	159
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Indirecta	159
7.7.9.	Gastos Administrativos.....	159
7.7.10.	Gastos de Ventas.....	159
7.7.11.	Inversión en Activos Fijos	159
7.7.12.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	160
7.8.	Balance General.....	160
7.8.1.	Razones Financieras	160

7.8.1.1.	Liquidez.....	160
7.8.1.2.	Gestión	160
7.8.1.3.	Endeudamiento	161
7.8.1.4.	Rentabilidad	161
7.9.	Conclusión Financiera.....	161
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	164
8.1.	Plan de administración del riesgo	164
8.1.1.	Principales riesgos	164
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos.....	164
8.1.3.	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)	165
8.2.	Planeación de la respuesta al riesgo	165
8.2.1.	Monitoreo y control del riesgo.....	165
8.2.2.	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	166
8.2.3.	Reporte del riesgo	166
8.2.4.	Estrategias de Salida.....	166
8.3.	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	167
9.	CONCLUSIONES	169
10.	RECOMENDACIONES	172
11.	FUENTES	175
12.	ANEXOS.....	181
	ANEXO 1	181
	ANEXO 2	185
	ANEXO 3	187
	ANEXO 4	188
	ANEXO 5	190
	ANEXO 6	193
13.	MATERIAL COMPLEMENTARIO	195

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico.....	43
Tabla 2: Cronograma Del Proyecto.....	45
Tabla 3: Funciones E Interacciones De Los Colaboradores De La Empresa.....	54
Tabla 4: Décimo Tercer Y Cuarto Sueldo.....	63
Tabla 5: Fondos de Reserva y Vacaciones.....	63
Tabla 6: Proyección Mensual De Sueldos Y Salarios	73
Tabla 7: Tasa De Interés.....	77
Tabla 8: Frecuencia Del Uso Del Internet.....	78
Tabla 9: Market Share, Conservas y/o Pulpas De Frutas	85
Tabla 10: Características De Los Competidores	86
Tabla 11: Criterios De Segmentación	87
Tabla 12: Proyecciones Poblacionales	88
Tabla 13: Matriz FODA	89
Tabla 14: Distribución muestra hombre mujer, muestreo aleatorio simple	90
Tabla 15: Ventas y Tasa De Crecimiento De La Industria.....	101
Tabla 16: Proyecciones De Ventas De La Industria.....	101
Tabla 17 Proyección De Ventas FANNCOR S.A.....	101
Tabla 18: Producto Esencial, Real y Aumentado.....	107
Tabla 19: Amplitud y Profundidad de Línea.....	108
Tabla 20: Páginas Web Competidores	118
Tabla 21: Promoción En Redes Sociales.....	120
Tabla 22: Presupuesto De Marketing	122
Tabla 23: Offering.....	122
Tabla 24: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	125
Tabla 25: Presupuesto Infraestructura y máquinas.....	127

Tabla 26: Procesos De Planeación De Calidad	127
Tabla 27: Planeación Responsabilidad Social	135
Tabla 28: Beneficios De Las Acciones Proactivas	135
Tabla 29: Políticas De Protección Ambiental	136
Tabla 30: Estándares Responsabilidad Social	136
Tabla 31: Balance ScoreCard	138
Tabla 32: Inversión Inicial	141
Tabla 33: Inversión Fija	142
Tabla 34: Inversión Diferida	143
Tabla 35: Inversión Corriente.....	143
Tabla 36: Financiamiento Interno	144
Tabla 37: Amortización del Préstamo	144
Tabla 38: Cronograma De Inversiones.....	146
Tabla 39: Costos Fijos.....	146
Tabla 40: Costos De Producción.....	147
Tabla 41: Costos Administrativos	148
Tabla 42: Gastos De Ventas	148
Tabla 43: Gastos Financieros	149
Tabla 44: Mark up y Márgenes	149
Tabla 45: Proyección Ventas y Costos Variables.....	150
Tabla 46: Capacidad Instalada	150
Tabla 47: Punto De Equilibrio.....	151
Tabla 48: Impuesto a la Renta.....	153
Tabla 49: Balance General Proyectado	155
Tabla 50: Estado De Pérdidas y Ganancias.....	156
Tabla 51: Flujo De Caja Proyectado	156
Tabla 52: Variación En Ventas	157

Tabla 53: Variación Costo Materia Prima.....	158
Tabla 54: Variación Gastos Administrativos	159
Tabla 55: Variación Gastos De Ventas	159
Tabla 56: Liquidez.....	160
Tabla 57: Gestión	160
Tabla 58: Endeudamiento.....	161
Tabla 59: Rentabilidad	161
Tabla 60: Niveles De Riesgo.....	165
Tabla 61: Monitoreo y Control De Riesgos	166
Tabla 62: Acciones Correctivas	167

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Diagrama De Gantt Del Proyecto	45
Ilustración 2: Organigrama De La Empresa	52
Ilustración 3: Inflación Anual 2012-2013	77
Ilustración 4: Empresas En El Sector De Alimentos Procesados	80
Ilustración 5: Ciclo De Vida Del Mercado	81
Ilustración 6: Boston Consulting Group	82
Ilustración 7: Ciclo De Vida Del Producto	83
Ilustración 8: Frutas De Mayor Consumo	94
Ilustración 9: Presentación De Frutas	94
Ilustración 10: Lugar De Compra	95
Ilustración 11: Conocimiento De Los Beneficios De Las Frutas	95
Ilustración 12: Beneficios De Las Frutas	96
Ilustración 13: Frecuencia De Consumo De Frutas	96
Ilustración 14: Interés De Compra Por El Producto	97
Ilustración 15: Presentación Del Empaque Del Producto	97
Ilustración 16: Precio Del Producto	98
Ilustración 17: Logo de la empresa	106
Ilustración 18: Valoración Del Activo De La Marca (BAV)	106
Ilustración 19: Macro Localización	111
Ilustración 20: Distribución Del Espacio	112
Ilustración 21: Canal De Distribución	112
Ilustración 22: Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing	118
Ilustración 23: Cronograma	121
Ilustración 24: Mapa Estratégico	139
Ilustración 25: Principales Riesgos	164

ABREVIATURAS

ATL: Above the Line

BAV: Brand Asset Valuator

BCG: Boston Consulting Group.

BTL: Below the Line

BVQ: Bolsa de Valores de Quito.

FAO: Food And Agriculture Organization

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

INEN: Instituto Ecuatoriano De Normalización.

INIAP: Instituto Nacional Autónomo De investigaciones Agropecuarias.

IVA: Impuesto al Valor Agregado

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca.

PIB: Producto Interno Bruto.

TIR: Tasa Interna De Retorno

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de la empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana “FANNCOR S.A” es un proyecto empresarial, el cual se pretende materializar en el cantón Milagro. La idea nace por dos razones principales que son: la oportunidad que existe, debido a la tendencia actual por el consumo de alimentos con un valor agregado nutricional para las personas y segundo por ser un proyecto personal para obtener ingresos a través del mismo.

La misión de la empresa es brindar un producto completamente natural, con calidad que satisfaga y beneficie a los consumidores en el cantón Milagro. El presente trabajo se ha desarrollado con el fin de tener una guía al momento de la ejecución del proyecto, para lo cual se ha realizado una investigación de mercado detallada, analizando las preferencias de consumo de los habitantes del cantón al momento de adquirir alimentos, específicamente las frutas.

Se pudo determinar que el consumo de frutas está relacionado al conocimiento de los habitantes sobre los beneficios que estas otorgan, por lo que existe una oportunidad de introducir la pulpa de guanábana destacando las propiedades curativas que esta posee. Además se determinó que el empaque de mayor agrado para las personas, es un envase de plástico aséptico el cual brinde facilidad al momento de consumir el producto interno.

Se proyectó un aumento en la demanda con el crecimiento del 14% que es el porcentaje de los dos últimos años de la agroindustria en el país y a su vez un incremento en la producción, ingresos y costos variables, para este último se tomó como tasa referencial la inflación del mes de Agosto Del 2013, de 2,39%. En el crecimiento de la producción se consideró también necesario contratar a un obrero más para realizar la producción proyectada,

no será necesario adquirir otras máquinas, puesto que la inversión inicial contemplada, tiene una capacidad instalada que soporta el crecimiento anual pronosticado.

Finalmente, el concepto del producto tuvo una gran aceptación, lo que confirma la demanda potencial existente en el cantón. Luego de analizar los ingresos y egresos proyectados durante un periodo de operación de 5 años el proyecto presenta una rentabilidad del 28,33%, la cual se sometió a varios escenarios posible entre optimistas y pesimistas, siendo en este último menor la rentabilidad pero aun así el proyecto sigue siendo rentable.

Este trabajo busca orientar y dar una guía clara de lo que se pretende realizar con el fin de atraer posibles inversionistas, además de ser una fuente secundaria de información útil para interesados en el tema.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

El tema de Trabajo de Titulación para optar por el Título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe es: “Propuesta para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en el cantón Milagro, provincia del Guayas”.

1.2. Justificación

La agroindustria en el Ecuador se ha desarrollado en los últimos años debido al alto potencial que tiene el país, gracias a las condiciones favorables y diversos factores climáticos, que ayudan al cultivo de toda clase de productos agrícolas y que a su vez son el insumo principal en la industria de alimentos procesados. (Boletín de Análisis sectorial y de MIPYMES, 2010)

Además la agroindustria es uno de los sectores de mayor importancia para el desarrollo, debido a que involucra varios eslabones de la cadena agroproductiva, como la producción, cosecha, post cosecha, comercialización, industrialización y la distribución final al consumidor, generando efectos macroeconómicos como: la creación de puestos de trabajo, contribuye al sector industrial, promueve la inserción de productores de pequeña y mediana escala, ayudando así a reducir el índice de desempleo y pobreza en las provincias y cantones del país. (IICA, 2013)

La agroindustria en el cantón Milagro se encuentra con gran facilidad en los recintos pertenecientes al mismo, y la transformación a nuevos productos afecta de manera positiva a

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

la agroindustria rural que se desencadenará en un desarrollo local y mejoramiento de la economía agroproductiva del cantón. (MI Municipalidad de Milagro, 2012)

La guanábana a más de ser una fruta tropical con un excelente sabor, contiene bondades y características que benefician al cuerpo humano, como es el caso de sus alcaloides que ayudan a mejorar el sistema inmunológico de las personas en la lucha contra diversos tipos de cáncer, además por sus propiedades astringentes ayuda a personas con problemas digestivos, cardíacos, diabetes entre otros. (INKANAT, 2013)

Así, se considera trascendental el estudio del sector y que a su vez brindará información útil para futuros estudios e ideas de negocios relacionadas, que busquen la activación y mejoramiento de la agroindustria en el cantón. (MI Municipalidad de Milagro, 2012)

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Se plantea investigar el procesamiento de la pulpa de guanábana y su comercialización en el mercado milagreño, puesto que la obtención de la pulpa de la fruta y su comercialización se la hace de manera empírica en el sector, por ser una ciudad arraizada a sus costumbres, desconociendo que en la actualidad existen estrategias de mercado que ayudarían a mejorar tanto al procesamiento como a su comercialización. Teniendo en cuenta que los consumidores prefieren productos que ofrecen lo mejor en calidad, desempeño y características innovadoras tal como lo menciona kotler. (Kotler & Armstrong, 2008)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Siendo la provincia del Guayas una de las más grandes del país por su extensión territorial y el cantón San Francisco de Milagro una de los cantones más poblados de la provincia, con un estimado de 166.634 habitantes, a través de esta propuesta de creación de la procesadora y comercializadora de guanábana se busca mejorar la productividad y nivel de vida de los habitantes de la provincia y sus cantones aledaños. (INEC, 2010)

El fin es crear una microempresa que vincule a pequeños productores llevando su producción al mercado con un valor agregado que contribuya a la comercialización del mismo y en conjunto sean engranajes productivos del sistema económico de la provincia y sus cantones. (La Prefectura del Guayas, 2012)

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Establecer un sistema económico social, sostenible y mejorar la calidad de vida de la población, son dos de los objetivos que busca alcanzar el Plan Nacional del Buen Vivir, en los cuales se enmarca la propuesta de la creación de una procesadora y comercializadora de guanábana, que contribuirá al desarrollo de la agroindustria del cantón Milagro a través de la vinculación de todos los participantes en la cadena de valor del sector, promoviendo condiciones adecuadas para el comercio interno, generando cambios en los patrones de consumo y hábitos saludables con prácticas solidarias social y ambientalmente sustentable.

Por otra parte el proyecto encaja en los lineamientos de investigación y modelos empresariales del Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la naturaleza del proyecto, el acceso a la producción, y recursos son

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

aspectos los cuales se utilizarán para las operaciones diarias de producción de la empresa buscando así, consolidar una cultura de investigación, a través de la generación, difusión y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos, y la prestación de servicios con valor agregado, que contribuyan a la transformación y modernización de la sociedad, y al incremento de la competitividad de los sectores productivos del Ecuador. (Plan Nacional Para El Buen Vivir (2009-2013)) (SINDE-UCSG, 2010)

El crecimiento del mercado de alimentos y bebidas naturales en el país y la provincia del Guayas se ha incrementado en los últimos años, debido a que las personas buscan cada vez más cuidar la salud de su cuerpo consumiendo productos bajos en calorías, azúcares y sales, como pulpas de frutas, vegetales, jugos naturales en un 100%, entre otros, buscando lograr así, un cambio en su estilo y calidad de vida. Ante esto, el sector de la agroindustria se encuentra en un auge en donde la necesidad de diferenciación de productos y valor agregado es cada día mayor en un entorno altamente competitivo. (PROECUADOR, 2012)

La agroindustria representa un 4.5% dentro del Producto Interno Bruto (PIB), a su vez dentro de la categoría de manufacturas la rama de alimentos y bebidas posee una mayor e importante participación del 47% dentro del total de la industria manufacturera, y que a continuación se ubican con un 15% productos de textiles y cuero y en un 11% los productos de madera dejando lugar a productos químicos, de papel, metálicos y no metálicos y tabaco en menor participación. (Boletín de Analisis sectorial y de MIPYMES, 2010)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar a través de un estudio la factibilidad técnica y financiera para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar las percepciones y tendencias del mercado sobre la introducción de un nuevo producto de pulpa de guanábana.
- Determinar la demanda del consumo de productos de pulpa de frutas en el mercado milagreño.
- Analizar la viabilidad financiera de introducir un nuevo producto en el mercado de la agroindustria del Cantón Milagro.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Para la implementación del proyecto de industrialización y comercialización de la pulpa de la guanábana, se utilizará un enfoque Descriptivo de carácter cuantitativo, pues se va a describir las características y hechos de los participantes tal como se presentan en el lugar objeto de estudio. La población estará conformada por las pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial y la muestra será seleccionada a través del muestreo aleatorio simple, pues todos tendrán la misma probabilidad de ser escogidos y participar en nuestro estudio.

Las Técnica de Recolección y Análisis de la Información, se realizará mediante la observación como primer acercamiento a los proveedores, así mismo, se realizará entrevistas

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

a través de focus group, para triangular la información que se obtendrá a través de las encuestas y la técnica anteriormente señalada.

Finalmente, se diseñará una encuesta con un cuestionario estructurado para los clientes luego de haber realizado el Grupo Focal, con el fin de obtener información detallada de las características de consumo de las personas.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La Creación de una Empresa Procesadora y Comercializadora de Pulpa De Guanábana, en el Cantón Milagro, Provincia Del Guayas, tiene un enfoque sociocrítico, teniendo en cuenta que este paradigma trata de lograr una conciencia emancipadora, entendiendo a la investigación no como descripción, sino en su carácter transformador. Pues la investigación sociocrítica parte de una concepción social y científica holística, pluralista e igualitaria, donde los miembros de la sociedad son cocreadores de su propia realidad, en la que participan a través de su experiencia, su imaginación e intuición, sus pensamientos y acción; ella constituye el resultado del significado individual y colectivo, tal como lo menciona Alfredo Gonzales Morales. (Gonzales, 2003)

En este sentido, este proyecto pretende generar conocimientos a través de la participación activa de todos los involucrados relacionándolos con los contenidos recibidos, conocimiento y experiencias ganadas en los ambientes de aprendizajes a nivel universitario.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Ante lo expuesto, este proyecto pretende generar una nueva tendencia agroproductiva que se convertirá en una fuente laboral para la población de la ciudad de Milagro, dejando a un lado el empirismo dando lugar a nuevos modelos de comercialización.

1.7.1. Planteamiento del Problema

El sector agroindustrial de la ciudad de Milagro, se enfrenta a problemas tales como: Las altas pérdidas post-cosecha de los productores del mercado de frutas, manejo ineficaz de la producción y almacenamiento, además de no tener una completa participación como principales actores de la cadena agroproductiva en el sector agroindustrial. (MI Municipalidad de Milagro, 2012)

De acuerdo con el Programa Nacional de Fruticultura del Instituto Nacional Autónomo De investigaciones Agropecuarias (INIAP), existe una necesidad imperiosa de alternativas de procesamientos simples con calidad, higiene e incorporar valor agregado a las frutas y productos derivados de estas, así como mejorar los procesos de organización de productores y empresarios para hacer más eficiente la comercialización. (INIAP, 2011)

El fin principal de esta propuesta es crear una relación directa con los pequeños y medianos productores para lograr así la participación de ellos en la cadena agroproductiva, que en consecuencia activará la economía de los participantes de la cadena y la sociedad. Además se propone la aplicación de procesos técnicos sencillos y de calidad para la elaboración de pulpa de frutas, que podría aportar una solución al problema de la conservación de los producto evitando los desperdicios e implantando sistemas de producción que nos otorguen la capacidad de crear a partir de ellos, nuevas fuentes de consumo o servicio que satisfagan necesidades y tendencias de consumos actuales. (INIAP, 2011)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

De la misma forma, servirá de soporte para reactivar la economía en la ciudad de Milagro, como una herramienta para dejar a un lado paradigmas que impiden realizar proyectos empresariales de integración vertical con todos los participantes en la cadena agroproductiva. (SaborSantander, 2009)

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

De acuerdo con los métodos artesanales para el procesamiento de frutas y hortalizas de la Food and Agriculture Organization (FAO), el objetivo de la fabricación de productos a base de frutas es obtener productos inocuos y saludables para el consumidor y beneficios para todos los actores involucrados en la cadena. (FAO, 1993)

La aplicación de prácticas apropiadas que promueve el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para garantizar la calidad, prevención y control de los peligros de contaminación de los alimentos, dependerá de la clara comprensión que se tenga de los mismos, y del riesgo que implican para la salud de los consumidores. A su vez, la calidad de un producto puede ser afectada negativamente, sin que ello genere enfermedades directas a los consumidores. Mediante la comprensión de los factores que afectan negativamente la calidad de las frutas frescas, se pueden aplicar prácticas que permitan minimizar su impacto. (MAGAP, 2012)

Basados en este referente se determina que la necesidad de prácticas sencillas que garanticen calidad en el proceso de elaboración de productos a base de frutas es imperiosa para obtener un producto en óptimas condiciones para el consumo humano, que satisfaga las

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

tendencias actuales de consumo de productos sanos que tengan un valor nutritivo para el cuerpo humano.

1.8.1. Marco Teórico

La propuesta de creación de la procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana tiene como principal actividad la comercialización de un producto satisfaciendo la demanda de la sociedad milagreña, por lo que la propuesta se apoyará en la argumentación de teorías de comercialización, marketing y calidad, que garantizarán una correcta producción y comercialización del producto.

Philip kotler y Gary Armstrong sostienen que los consumidores prefieren productos que estén disponibles y son muy costeables. Por lo tanto, se debe concentrar en mejorar la eficiencia de la producción y su comercialización. (Kotler & Armstrong, 2008)

Teniendo relación con lo que indica Jorge Méndez, “la comercialización como un proceso encaminado a analizar las necesidades de las personas y decidir si los consumidores prefieren más cantidad o diferentes productos”, lo que requiere prever qué tipos de productos desearán los distintos consumidores o clientes en lo que concierne a propiedades o características de los productos y decidir a cuáles de estas personas tratará de satisfacer la empresa. En este sentido la comercialización es la introducción de un producto y/o servicio nuevo al mercado. (Mendez, 2012)

Por otra parte pero en el mismo contexto, al hablar de producción y comercialización también se tiene que hablar de calidad y como administrarla. Koontz, a la administración de la calidad se refiere como un compromiso a largo plazo a la mejora continua de la calidad, en toda la organización y con la participación activa de todos los miembros en todos los niveles para cumplir y exceder las expectativas de los clientes. El éxito de este enfoque al

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

mejoramiento de la calidad a menudo requiere la cooperación de los proveedores, haciendo hincapié en la calidad, establecer metas de calidad y asignar recursos. Estos esfuerzos necesitan ser monitoreados de manera continua mediante la constante recolección de datos, evaluación, realimentación de los mismos. (koontz, Weihrich, & Cannice, 2008)

Ante estos apartados, el marketing hace su aporte, según Kotler el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. Pues la idea no es solo producir y vender productos, sino satisfacer las necesidades del cliente, es decir, las necesidades del ser humano. (Kotler & Armstrong, 2008)

1.8.2. Marco Conceptual

- **Calidad:** es el grado en que un producto corresponde a las expectativas del consumidor. (Stanton, Etzel, & Walker, 1996)
- **Cliente:** persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa. (Word Reference, 2010)
- **Comercialización:** es la introducción de un producto y/o servicio nuevo al mercado. (Mendez, 2012)
- **Consumidor:** quien compra y consume productos elaborados. (Word Reference, 2010)
- **Eficiencia:** Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles. (Word Reference, 2010)
- **Marketing:** proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. (Kotler & Armstrong, 2008)
- **Necesidad:** Carencia o escasez de lo imprescindible para vivir. (Word Reference, 2010)
- **Producción:** Fabricación o elaboración de un producto. (Word Reference, 2010)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

1.8.3. Marco Legal

Debido a la naturaleza del proyecto, la propuesta de una empresa industrializadora y comercializadora de pulpa de guanábana en la ciudad de Milagro, las leyes con las que se regirán sus operaciones diarias serán: en primer lugar con la Constitución de la República del Ecuador, que en su Art.281 establece que la soberanía alimentaria es una obligación del Estado, para garantizar que todo el país alcance la autosuficiencia de alimentos sanos, es por ello que el Estado impulsara la producción, transformación agroalimentaria de pequeñas y medianas unidades de producción comunitarias y de la economía social y solidaria; y es en donde se enmarca la presente propuesta.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Como segunda ley regulatoria se encuentra el código de la producción que será aplicado en todo el proceso productivo, desde la producción, transformación productiva, la distribución, el intercambio comercial y el consumo, en donde se establecen reglas para garantizar la correcta operación en cada uno de estos eslabones del proceso productivo.

(Código de la Producción, 2010)

Además, para una correcta relación entre los colaboradores, la empresa se registrará por el código de trabajo que en las diversas modalidades y condiciones de trabajo este regulara las relaciones entre empleadores y trabajadores. (Ecuadorlegalonline, 2012)

La empresa también estará vinculada a la Ley de Régimen Tributario, en pagos de impuesto a la renta, impuesto al valor agregado (IVA) y todo lo que concierne a aspectos tributarios consecuentes de las operaciones comerciales de la empresa. (SRI, 2000)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Para beneficio de la empresa, sus proveedores y clientes, la Ley de Defensa al consumidor regulará la operación que exista entre los participantes mencionados anteriormente, en donde se destacan obligaciones y derechos de los participantes al momento de la entrega de los productos solicitados y a las disposiciones legales a las cuales estarán sujetos en caso de cualquier irregularidad en el proceso. (Ecuadorlegalonline, 2012) Además para las normas de etiquetado y envase del producto se consultará con las disposiciones que establece el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2013)

Para efectos de constitución de la empresa se consultará en los artículos establecidos en las leyes e instituciones relacionadas al tema, tales como: Ley de Compañías, Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

1.8.4. Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico



	LOGICA DE INTERVENCION	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL	Determinar a través de un estudio la factibilidad técnica y financiera para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas	*Realizando el estudio de factibilidad en el lapso de 6 meses.	*informes de avance del proyecto. *Documentos del proyecto.	*Las pequeñas y grandes empresas procesadoras y comercializadoras de pulpas de frutas estén dispuestas a participar activa y responsablemente en el proyecto.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Medir el impacto que tiene la agroindustria en el cantón Milagro. • Determinar la demanda del consumo de productos de pulpa de frutas en el mercado milagreño. • Establecer el grado de participación que tienen los pequeños y medianos productores en la cadena agroproductiva 	<ul style="list-style-type: none"> * Estableciendo el desarrollo económico de las pequeñas y grandes empresas del cantón Milagro en un lapso de 6 meses. * Evidenciando estadísticamente la demanda de nuestro grupo objetivo. *Contactando el 100% de los pequeños y medianos productores del cantón. *Segmentando el mercado según tamaño, estructura y tendencias. 	<ul style="list-style-type: none"> *Encuestas al mercado milagreño. *Informes económicos de las pequeñas y grandes empresas en la agroindustria. *Informes de estudios económicos del INEC. 	*Las pequeñas y grandes empresas están de acuerdo con los resultados del estudio del proyecto.
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none"> *Ventas favorables para el desarrollo de la empresa. *Obtener el mercado objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> *Segmentar el mercado según tamaño estructura y tendencias. *Establecer las características del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> *Informes de los Estados Financieros de la empresa. * Reportes empresariales del Ministerio de Industrias y Productividad. 	*Identificando el mercado objetivo las ventas se incrementarán favorablemente para el desarrollo de la empresa
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	<ul style="list-style-type: none"> *Seleccionar a los participantes, convocatorias, reuniones de trabajos con productores. *Insertar el producto al mercado a través de estrategias de marketing para el correcto posicionamiento del mismo. 	*El Presupuesto para realizar los componentes del proyecto es de \$1.500	*Proformas, cotizaciones, facturas, de las actividades a realizar.	*Si no se implementan estrategias de marketing se podrá obtener el posicionamiento adecuado.

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

1.9. Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Hipótesis General

A través de un estudio se podrá determinar la factibilidad técnica y financiera, para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana, en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas.

Hipótesis Específicas

- Analizando las necesidades y/o deseos de los clientes se podrá introducir un producto nuevo al mercado de la agroindustria.
- La demanda del consumo de productos de pulpa de frutas en el mercado milagreño está relacionada por el grado de conocimiento de la población sobre los beneficios de la misma.
- Es viable financieramente la introducción de un nuevo producto al mercado de la agroindustria en Milagro.

De acuerdo a las hipótesis y objetivos de la investigación se obtuvieron las siguientes preguntas de investigación.

- ¿Es factible la creación de la empresa procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana en el cantón Milagro?
- ¿Cuál es la demanda del consumo de guanábana en el cantón de Milagro?
- ¿Se podrá introducir un producto nuevo al mercado de la agroindustria en Milagro?

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

1.10. Cronograma

Tabla 2: Cronograma Del Proyecto

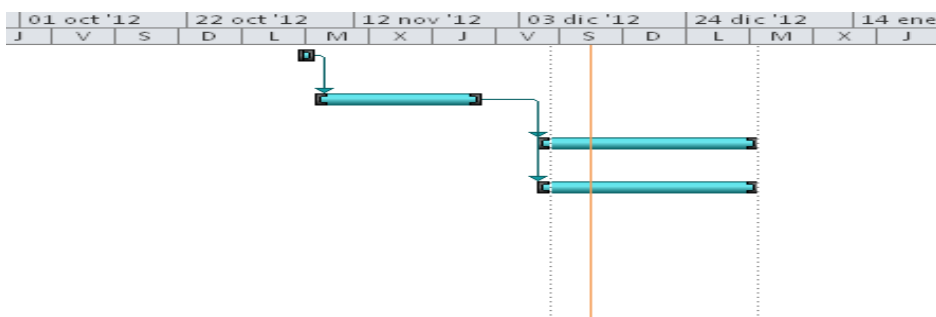


Nombre de tarea	Duración	Comienz	Fin	Predecesoras
Planteamiento de la idea de negocio	2 días	lun 05/11/12	mar 06/11/12	
Recopilacion de Informacion	3 sem.	mié 07/11/12	mar 27/11/12	1
Entorno legal de la empresa	1 ms	mié 05/12/12	mar 01/01/13	2
metodo de investigacion y fundamentacion teorica del proyecto	1 ms	mié 05/12/12	mar 01/01/13	2
auditoria de mercado				
plan de marketing				
estudio financiero				
plan de contingencia				
Conclusiones, Recomendaciones				

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

Ilustración 1: Diagrama De Gantt Del Proyecto



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

Una vez cumplido con los puntos establecidos en el cronograma expuesto, se planificará un nuevo cronograma para determinar las futuras fechas y fases del proyecto.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

La idea de negocio surge a partir del interés en contribuir al desarrollo de la agroindustria en el Ecuador, tomando en cuenta que en los actuales momentos la agroindustria representa un 4.5% dentro del Producto Interno Bruto (PIB). Además la rama de bebidas y alimentos, en la que se incluye los alimentos procesados, posee una importante participación del 47% del total de la industria manufacturera, demostrando así la oportunidad de desarrollar una idea de negocio en este sector. (Boletín de Analisis sectorial y de MIPYMES, 2010)

Actualmente está en auge el consumo de alimentos con alto contenido de nutrientes naturales, y las frutas son una buena fuente de vitaminas, minerales, sales y ácidos orgánicos, enzimas, aminoácidos, pigmentos, pocas grasas y agua. Entre las frutas que se propone está la guanábana que cumple con las exigencias actuales, además que debido a las condiciones favorables del suelo de la ciudad de Milagro se puede producir y procesar la fruta de acuerdo a la demanda exigida. (SaborSantander, 2009)

Además otro factor a considerar son los diversos programas de desarrollo empresarial que el gobierno ecuatoriano está promoviendo y que bajo esta línea de desarrollo, la Prefectura del Guayas está haciendo lo mismo para el desarrollo de sus cantones, vinculando a los pequeños productores con emprendimientos logrando así una cooperación en el desarrollo equitativos de las partes y a la economía productiva del país. (La Prefectura del Guayas, 2012)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Por otra parte, la guanábana es una fruta que no ha sido explotada comercialmente en su estado natural ni en productos industrializados que surgen a partir de la misma dentro de la ciudad de Milagro, esto se puede observar en las principales áreas de comercio del cantón, como su mercado en donde la venta de la fruta es escasa y en el principal centro comercial del cantón en donde no se comercializan productos de pulpa de guanábana o derivados de la fruta.

Es por esto que existe la oportunidad de comercializar la pulpa de guanábana en un envase que cumpla con las normas propuestas en el INEN y que brinde facilidad a las personas al momento de consumirlo. Además el sector agroindustrial se ha convertido en una de las herramientas de desarrollo económico social más importante del cantón, permitiendo mejorar calidad de vida a las personas vinculadas a esta labor y a la sociedad milagreña en sí. (Ludeña, 2011)

En la industria dedicada a conservas, jugos de frutas, pulpas y otros, la producción y venta de productos en base a pulpas de frutas alcanza un 11% de participación, que en los últimos años se ha elevado, debido al incremento en el consumo de productos naturales por parte de las personas en el país y en el cantón Milagro, provincia del Guayas. (Boletín de Análisis sectorial y de MIPYMES, 2010) (Munoz, 2002)

Por los factores mencionados anteriormente se considera que el estudio para la creación de la empresa propuesta, se debe realizar para obtener mayor información relevante que ayude a la implementación y materialización de la empresa procesadora de pulpa de guanábana.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La propuesta de creación de una empresa que se dedique a la comercialización de pulpa de guanábana procesada, buscará satisfacer una necesidad y tendencia actual, que es el consumo de productos naturales sin que afecten al cuerpo humano y por el contrario tenga un valor nutritivo que beneficie al mismo. (SaborSantander, 2009)

El proceso de producción será debidamente realizado bajo normas y reglamentos de calidad y sanidad regidos por las instituciones y autoridades competentes en este ámbito. (INEN, 2013)

La empresa buscará alcanzar mediante estrategias de mercadeo, comunicación, inclusive a través del uso de redes sociales y correos electrónicos dar a conocer el producto propuesto en el cantón Milagro.

2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio

Debido a la tendencia de consumo por alimentos sanos y naturales en nuestro país y a nivel mundial, se propone procesar la pulpa de guanábana para su comercialización, con características en su envase y presentación que serán determinadas de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores en el estudio de mercado que se realizará. (Boletín de Análisis sectorial y de MIPYMES, 2010)

El producto a ofertar se encuentra en el sistema del Codex Alimentarius el sistema incluye una descripción de los alimentos cubiertos por cada categoría de alimentos, así como las disposiciones sobre aditivos alimentarios pertinentes.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

La pulpa de Guanábana se encuentra en la categoría de *Preparados a base de fruta, incluida la pulpa, los purés, los revestimientos de fruta y la leche de coco (04.1.2.8)* (Codex Alimentarius, 2013)

El producto se realizará con todos los procedimientos necesarios y establecidos por las entidades competentes en lo que concierne a sanidad y control de calidad, para de esa manera asegurar el consumo del producto por las bondades y beneficios que posee la fruta.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.

Misión

Ofrecer al mercado milagreño un producto natural de calidad en base a la pulpa de la guanábana, que satisfaga las necesidades y tendencias de los habitantes del cantón.

Visión

Ser la primera opción de compra de los clientes, al momento de adquirir pulpa de frutas, en el cantón Milagro, con un modelo de gestión sustentable y sostenible.

Valores Corporativos

Profesionalismo: Mantener la calidad del producto, transparencia, compromiso y seguridad de su comercialización.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Humildad: es reconocer nuestras limitaciones en nuestro entorno.

Trabajo en equipo: realizar las actividades necesarias para el funcionamiento de la empresa, con sinergia y actuar en función institucional.

Respeto: es la capacidad que tenemos los seres humanos de tratar con consideración, amabilidad y cortesía a las demás personas y al entorno.

Cooperación: Es la capacidad que tenemos los seres humanos de trabajar en equipo.

Comprensión: es la capacidad que tenemos las personas de entender a los demás.

Comunicación: fomentar una cultura abierta al dialogo y recepción de sugerencias por parte de todos los colaboradores.

Generosidad: es la capacidad de dar que tenemos las personas. Dar es una de las demostraciones de bondad, respeto y consideración.

Honestidad: realizar el trabajo con coherencia y sinceridad en la empresa

Lealtad empresarial: actuar en función de la empresa y en beneficio de los miembros de la misma.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Satisfacer la creciente demanda del consumo de alimentos naturales en el cantón Milagro, ofreciendo la pulpa de guanábana en un envase práctico que brinde facilidad al momento de consumirlo, cumpliendo con todas las normativas de sanidad, calidad y empaque.

2.3.2. Objetivo Específicos

- Incrementar el 25% de la participación en el mercado de la Empresa “FANNCOR” en el cantón Milagro.
- Incrementar las ventas en un 5% del total de los activos fijos de la empresa semestralmente, a través de la promoción del producto.
- Optimizar el proceso productivo de la empresa al quinto año de creación de la empresa.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 2: Organigrama De La Empresa



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

- *Administrador:* Este cargo lo ocupará un profesional en desarrollo de negocios, con conocimientos de administración, finanzas, marketing y negociación
- *Supervisor de Finanzas:* Esta función la desempeñará un profesional del área que tenga conocimientos y experiencias en realizar estados financieros para una comercializadora.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- *Supervisor de Marketing:* Esta función estará a cargo de un(a) profesional en Marketing y Publicidad con conocimientos en organización de eventos sociales, promoción y ventas en una empresa.
- *Supervisor de Producción:* Esta función la desempeñará un(a) profesional con experiencia sobre planificación y gestión de producción, análisis de procesos y control de calidad.
- *Obreros:* personas capacitada y con experiencia en el manejo de las maquinarias y operaciones necesarias para la industrialización de la pulpa de guanábana.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

Funciones y procedimientos serán repartidas de la siguiente forma:

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Tabla 3: Funciones E Interacciones De Los Colaboradores De La Empresa

CARGO	NIVEL DE MANDO	INTERACCIÓN ENTRE AREAS	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
Administrador	Primario	Todas las areas	<ul style="list-style-type: none"> - Aprobar Presupuesto. -Establecer objetivos. -Planificación y control de las actividades. -Aprobación del personal. -Representación de la empresa. -Evaluación de los subordinados. -Llevar la contabilidad de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer los objetivos. -Contratación y cambio de personal. -Aprobar o desaprobar el Presupuesto. -Sueldo fijo -Beneficios de Ley
Supervisor De Finanzas	Secundario	Todas las areas	Llevar la contabilidad y finanzas de la empresa: realizar estados financieros. Presupuesto, presentar reportes mensuales al gerente general	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo fijo Beneficios de Ley -Pago de horas extras.
Superisor De Producción	Secundario	Todas las areas	<ul style="list-style-type: none"> Hacer el Control de Calidad en los productos. -Realizar el inventario de la mercadería. -Cuidar la imagen del área de producción -Generar la capacidad requerida de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo fijo – Beneficios de Ley -Pago de horas extras. -Bonificaciones. -Viáticos.
Supervisor De Marketing y Ventas	Secundario	Todas las areas	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones Públicas. -Manejar la publicidad de los medios. -Llevar a cabo planes de publicidad y promoción. -Dirigir la participación en eventos de sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo fijo – Beneficios de Ley -Pago de horas extras. -Bonificaciones. -Viáticos.
Obreros	Secundario	Gerente Producción	Cumplir con la cantidad de producción y trabajos asignados por el gerente de producción	Sueldo Fijo y Beneficios de ley

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPITULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

FANNCOR S.A (Procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana) se dedicará a la comercialización de pulpa de guanábana para las personas del cantón Milagro, en la Provincia del Guayas.

La idea de negocio surgió debido a la expansión de la agro industria en el cantón, dando paso a nuevos mercados como: el de las flores, cacao, y diversas frutas entre ellas la guanábana.

Además que Milagro cuenta con las condiciones climáticas favorables y necesarias para el cultivo de diversas frutas, por lo que los agricultores están expandiendo sus cultivos de piña a otras frutas como la guanábana.

Ante lo expuesto anteriormente, se plantea la propuesta de la empresa que se dedique al procesamiento de la fruta, para la obtención de la pulpa de la misma y a su vez su comercialización, en un envase práctico que facilite el consumo del producto, por la demanda creciente, en este caso el cantón Milagro.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa se constituirá como sociedad anónima, con un plazo de 40 años sometiéndose a la ley de compañías del Ecuador y a todas las leyes vigentes del país.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

En donde su domicilio principal se encontrará en la zona rural del cantón Milagro, en el cual se realizarán las operaciones principales de la compañía y la distribución a los puntos de venta para su consumo.

El objeto social de la compañía será el procesamiento y comercialización de pulpa de fruta.

La misma será administrada por el gerente general designado por la junta general de accionistas cada 5 años. En caso de ausencia del gerente general, este será reemplazado por un funcionario seleccionado de la empresa.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El Capital Social de la compañía es de \$800 USD, dividido en 800 acciones ordinarias y nominativas de un dólar (\$1) cada una, capital que podrá ser aumentado por resolución de la Junta General de Accionistas.

Las acciones están numeradas del 001 al 800 inclusive. Cada acción de \$1 USD totalmente pagada, otorgará el derecho a un voto en las deliberaciones de la Junta General de Accionistas. Los títulos de las acciones contendrán las declaraciones exigidas por la Ley y llevará la firma del administrador general de la compañía.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La Junta General de Accionistas se encargará de la designación al representante legal además del período en el cual ejercerá el cargo. Todos los accionistas tienen el derecho y

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

voto de asistir a la convocatoria de las sesiones ordinarias así mismo como a las extraordinarias.

Las decisiones se aprobarán y ejecutarán si y solo si el 50% más 1% del capital social se encuentra a favor. Dichas decisiones serán registradas en actas junto con la lista de asistencia a las sesiones, si no se encuentra presente el 100% del capital social, la reunión puede quedar anulada.

Todas las sesiones que se ejecuten deberán ser notificadas máximo con ocho días de anticipación en uno de los diarios con mayor circulación en el cantón Milagro donde constará la información de los temas a discutir, el lugar, el día y la hora. Las sesiones ordinarias se realizarán, aproximadamente, entre enero-marzo con el fin de tratar los temas relacionados de la empresa.

3.1.5. Compañías Extranjeras (opcional)

El presente punto no aplica en el trabajo de titulación, debido a que será una empresa constituida bajo las leyes que rigen en el Ecuador. En caso que la compañía fuera del exterior se deben cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Comprobar la constitución de la compañía, de acuerdo a las normativas del país donde fue organizada la compañía.
- ✓ Comprobar de acuerdo a la ley y a los estatutos establecidos si la compañía puede negociar en el exterior.
- ✓ Establecer al menos un representante legal en el país donde se va a crear la compañía.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- ✓ Crear capital, destinado a las actividades de la empresa.
- ✓ Presentar a la Superintendencia de Compañías todos los documentos

mencionados anteriormente y los estatutos, junto con un certificado del Cónsul del Ecuador donde acredite que la organización se encuentra constituida y puede negociar en el exterior.

(Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

De acuerdo al reglamento- Tarifa de inscripción y cuota anual de mantenimiento de emisores en bolsa de la Bolsa De Valores De Guayaquil (BVQ). En su artículo cuatro, numeral 1 Emisores de acciones y similares valores de renta variable, para la inscripción y mantenimiento de acciones y/o genéricos se necesitará un patrimonio de \$50,000.000 se aplicara una tarifa del 0.02 por ciento.

Por lo expuesto anteriormente, FANNCOR S.A no cotizará en Bolsa debido a que es una empresa que recién inicia y en donde su capital social es alrededor de \$800. (Bolsa De Valores De Guayaquil, 2009)

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

El organigrama se encuentra integrado por el Administrador, Además el supervisor de Producción con cuatro obreros, el supervisor de Marketing y ventas y el supervisor de Finanzas. El total de empleados que la compañía tendrá son ocho trabajadores.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

El Administrador está a cargo de administrar la empresa para lograr ganancias considerables al finalizar cada ejercicio fiscal. El sueldo será de \$380.

El supervisor de Producción está integrado por el Gerente y 4 obreros que se encargarán del procesamiento de la materia prima para la obtención del producto final. Los sueldos serán de \$400 y \$320 respectivamente.

El supervisor de Finanzas estará a cargo de todos los procesos contables, financieros y tributarios de la empresa, su sueldo será de \$400.

El supervisor de marketing y ventas se encargara de planificar y diseñar estrategias para entrar en el mercado milagreño y comenzar a cambiar el estilo de las personas, demostrando la importancia de la tendencia mundial del consumo de alimentos naturales, recibirá un sueldo de \$400.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

De acuerdo al Mandato Constituyente #8, se prohíbe la tercerización e intermediación laboral, sin embargo se permite realizar contratos con personas naturales o jurídicas para prestación de servicios que no sea parte del proceso habitual. Los requisitos para tener autorización de funcionamiento de actividades complementarias es el siguiente.

✓ Certificado de constitución.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- ✓ Copia certificada de la escritura o estatutos donde se incluya las actividades complementarias que serán utilizadas en la empresa.
- ✓ Copia notariada del RUC.
- ✓ Copia certificada del nombramiento del representante legal.
- ✓ Documento de afiliación al IESS.
- ✓ Organigrama para garantizar cumplimiento con las obligaciones.

FANNCOR S.A no contratara prestación de servicios debido a que es una empresa pequeña con un proceso productivo, el cual no necesita de algún otro procedimiento. (Procuraduría General Del Estado, 2010)

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

Los trabajadores de la empresa celebraran un contrato fijo por escrito durante un año, en donde existirá una cláusula, la cual indique que el trabajador entra a un período de prueba por noventa días y cualquiera de las dos partes puede culminar el contrato laboral sin ninguna clase de perjuicios u obligaciones. (Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.2.4. Obligaciones del Empleador

De acuerdo al numeral 15 y 16 del artículo 42 capítulo número cuatro del Código de Trabajo, menciona sobre las obligaciones del empleador, a continuación se explicará cómo se pondrán en práctica dichos literales en la compañía anónima FANNCOR:

Numeral 15.- “Atender las reclamaciones de los trabajadores”:

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Se creara un correo electrónico que será revisado por el gerente de la empresa en el cual se enviaran sugerencias y reclamos por parte de los trabajadores para expresar inconformidades de cualquier índole, referentes a la empresa.

Además que se mantendrá una política de comunicación abierta para los trabajadores y puedan dialogar con superiores de la empresa, de esta forma se podrá implementar estrategias busquen solucionar lo expuesto por los trabajadores.

Numeral 16.- “Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo.”


Se contará con puestos de trabajo, con escritorios y muebles de oficina que tengan llaves personales, para que los trabajadores puedan colocar sus materiales de trabajo con total seguridad. (Procuraduría General Del Estado, 2013)

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Los trabajadores tienen derecho a recibir remuneraciones del décimo tercer y cuarto sueldo, de acuerdo al Código del Trabajo en los artículos #111 y #113. (Procuraduría General Del Estado , 2013)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Tabla 4: Décimo Tercer Y Cuarto Sueldo



Cargo	Número De Empleados	XIII SUELDO	XIV SUELDO
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 318,00
Supervisor Producción	1	\$ 400,00	\$ 318,00
Supervisor Finanzas	1	\$ 400,00	\$ 318,00
Supervisor De Mkt y Vtas	1	\$ 400,00	\$ 318,00
Obreros Producción	4	\$ 1.280,00	\$ 318,00
TOTAL	8	\$ 2.980,00	\$ 1.590,00

Elaborado por: El Autor


Fuente: Investigación

3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones

Todos los trabajadores tienen derecho de recibir fondos de reserva y vacaciones.

(Procuraduría General Del Estado , 2013)

Tabla 5: Fondos de Reserva y Vacaciones



Cargo	Número De Empleados	VACACIONES	FONDO DE RESERVA
Administrador	1	\$ 250,00	\$ 500,00
Supervisor Producción	1	\$ 200,00	\$ 400,00
Supervisor Finanzas	1	\$ 200,00	\$ 400,00
Supervisor De Mkt y Vtas	1	\$ 200,00	\$ 400,00
Obreros Producción	4	\$ 640,00	\$ 1.280,00
TOTAL	8	\$ 132,50	\$ 2.980,00

Elaborador por: El Autor

Fuente: Investigación

3.2.7. Asociación de Trabajadores

FANNCOR S.A respetará el derecho de los empleados, donde podrán establecer asociaciones para defensa de sus intereses, pero por el momento no es aplicable, dado que la nómina de trabajadores son nueve y se necesita, un mínimo de 30 empleados para que la creación de sindicatos y comité. (Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.2.8. Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo

Debido a que la nómina de trabajadores de la empresa son 9 trabajadores y el mínimo requerido para obligar a una institución a contratar los servicios de una persona discapacitada es de 25 trabajadores, el presente literal no aplica para el proyecto de creación de la empresa. (Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Principios básicos de la contratación civil, con los que se guiará *FANNCOR S.A* para garantizar una buena relación con sus colaboradores.

1.- Consensualidad: Se celebrarán con el mero consentimiento de ambas partes y sólo en casos concretos se exige una forma determinada.

2.- Autonomía de la voluntad: Prevista en artículo unos 1255 del código civil. Las partes pueden fijar aquellas condiciones que crean convenientes, como regla general, salvo que vengán establecidas por la ley.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

3.- Inalterabilidad: Para ambas partes, el contrato tiene fuerza de ley porque son libres de contratar o no. Sólo excepcionalmente se puede modificar el contenido de un contrato. (Procuraduría General Del Estado, 2013)

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Se ha decidido celebrar un contrato con el Sr. Bartolo Cruz comerciante de Milagro, en el que se compromete a proveer la materia prima principal del negocio, en este caso la fruta cuyo nombre es guanábana. El proveedor fue seleccionado por su domicilio principal, que es en el Cantón Milagro, facilitando la entrega inmediata de los pedidos establecidos en el contrato. Se detalla el contrato en la parte de Anexos. [Ver Anexo 1](#)

3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Entre las cláusulas de mayor importancia que se establecerán en el contrato con el proveedor de la materia prima principal, en este caso la fruta, son: precio, plazo y calidad de servicio.

Calidad de servicio: es habitual que se establezca estándares de calidad en el contrato, a partir del cual se entenderá que está satisfecho con el servicio prestado.

Plazo o duración: las partes involucradas pactarán el plazo que tiene el proveedor para otorgar su servicio.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Precio: será la contraprestación por los servicios ya recibidos, el precio deberá ser lo justo establecido en la ley y pecuniario, es decir en efectivo o signo que lo represente.

(Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Todo contrato contara con una cláusula de solución de controversias, a la cual estará sujeto, en caso de existir algún tipo de conflictos.

3.3.5. Generalidades y Contratación Pública

FANNCOR S.A no será participe de la contratación pública. Sin embargo, si en lo posterior se decidiera por parte de sus propietarios participar en la Contratación Pública, se deberá ingresar al link de la página web **www.compraspublicas.gob.ec** para registrarse como proveedor del estado, además se deberá presentar los siguientes documentos:

- ✓ Al registrarse como proveedor se genera un formulario y acuerdo de responsabilidad, ambos deben ser impresos y firmado por el representante legal.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación vigente.
- ✓ Copia de RUC actualizado.
- ✓ Copia de la declaración de Impuesto a la Renta del último ejercicio económico con su comprobante de pago.
- ✓ Certificados de los clientes principales durante los tres últimos años.

(Instituto Nacional De Contratación Pública, 2013)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

FANNCOR S.A no realizara contratos de confidencialidad, sin embargo en cada contrato se incluirá una cláusula de confidencialidad, para garantizar que los colaboradores reserven los conocimientos y procesos adquiridos.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El código de ética de FANNCOR S.A establecerá los valores y normas de mayor importancia para la empresa, con el que los colaboradores deberán cumplir. El código de ética se encuentra detallado en la sección de Anexos, [ver anexo 2](#)

3.4.2. Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión son medidas utilizadas para determinar el éxito de un proyecto o una organización. Normalmente los establecen los líderes y son utilizados continuamente para evaluar el desempeño y los resultados. (Econ. Fernando A. Bravo , 2011), bajo este concepto FANNCOR S.A se registrá en sus procesos por los siguientes indicadores de gestión, para garantizar el cumplimiento de las metas planteadas.

Departamento de Producción

- Porcentaje de calidad: en los productos, el objetivo es alcanzar el 100% en calidad del producto de consumo. Para cumplir con el indicador de calidad de servicio o producto, que es un indicador centrado en los medios.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Porcentaje de cumplimiento en entrega de productos: cumplir con la demanda real para mantener clientes satisfechos.
- Medir cuantas unidades por hora los obreros puede producir.

Departamento Financiero.

Medir a través de los indicadores de gestión financieros, la evolución del proyecto, los indicadores de gestión financieros que se analizarán constantemente:

- Liquidez
- Prueba acida
- Rentabilidad
- Rotación del producto

Estos indicadores de resultados estarán relacionados al punto de equilibrio y ventas de la empresa.

Departamento de Marketing

El departamento de marketing deberá coordinar actividades para lograr estar en el top 10 de las marcas dedicadas a la actividad de la empresa, además de fidelizar a los clientes destacando las propiedades del producto y la calidad del mismo.

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Los colaboradores de la empresa recibirán su salario cada quince días por su jornada laboral. A continuación se detalla los beneficios sociales:

- ✓ Décimo tercer sueldo

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- ✓ Décimo cuarto sueldo
- ✓ Vacaciones
- ✓ Fondos de reserva
- ✓ Aporte patronal
- ✓ Utilidades

(Procuraduría General Del Estado , 2013)

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Se establecerán políticas de comunicación internas y externas, puesto que es indispensable para la organización mantener en buen estado la comunicación entre sus trabajadores y directivos para de esta forma evitar especulaciones y mantener un ambiente laboral adecuado para el trabajador y obtener mayor productividad.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

FANNCOR S.A registrará su nombre comercial y logotipo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de acuerdo a la normativa ecuatoriana. (Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual, 2013)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

Para que un proceso productivo pueda ser patentado se deberá cumplir con tres requisitos que son: novedoso, nivel inventivo y aplicación a la industria, de acuerdo a lo indicado en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual, a través de su director Andrés Icaza Mantilla. (Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual, 2013)

Ante este apartado, no se patentará ningún proceso de FANNCOR puesto que ya existen y no cumple con el primer escalón, novedoso y nuevo. En Cuanto al proceso productivo en sí, se lo detallará posteriormente en el capítulo operacional.

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

El presente trabajo de titulación denominado “Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana En El Cantón Milagro, provincia Del Guayas”, será registrado en el IEPI. (Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual, 2013)

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

De acuerdo a lo indicado en el literal 3.5.2, *FANNCOR S.A* no patentará su producto.

3.6. Seguro

3.6.1. Incendio

FANNCOR.SA, mantendrá una póliza anual para cubrir todos sus bienes muebles e inmuebles que puedan verse afectados con este siniestro.

3.6.2. Robo

Se contratará una póliza anual por robo donde se aseguran los bienes que puedan ser afectados o sustraídos por el acto delictivo.

3.6.3. Fidelidad

La sociedad anónima FANNCOR no adquirirá una póliza de fidelidad para cubrir cualquier pérdida económica o de bienes que puedan ejecutar sus trabajadores con sus actos dolosos, dado que es una empresa que recién empezará en sus operaciones.

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

La empresa no utilizará el seguro de uso de anticipo y cumplimiento de contrato, dado que por la naturaleza del negocio no es necesario adquirirla.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

FANNCOR S.A a pesar de que contará con maquinarias y equipos necesarios para la elaboración del producto, no contratará póliza de maquinarias y equipos, debido a que está empezando sus operaciones, y no es recomendable en los inicios de la empresa mantener costos tan altos.

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

FANNCOR S.A no contratará póliza de materia prima y mercadería, debido a que en caso de algún siniestro el proveedor deberá ser responsable y cumplir con el pedido requerido, como lo menciona el contrato de prestación de servicios.

3.7. Presupuesto

Tabla 6: Proyección Mensual De Sueldos Y Salarios

Cargo	Número De Empleados	Salario	9,35%	11,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	GASTO TOTAL ANUAL
			IESS Personal	IESS Patronal					
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 8.798,00
Supervisor Producción	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 7.102,00
Supervisor Finanzas	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 7.102,00
Supervisor De Mkt y Vtas	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 7.102,00
Obreros Producción	4	\$ 1.280,00	\$ 119,68	\$ 142,72	\$ 106,67	\$ 106,00	\$ 53,33	\$ 106,67	\$ 22.980,80
T O T A L S		\$ 2.980,00	\$ 248,33	\$ 332,27	\$ 248,33	\$ 212,00	\$ 17,67	\$ 248,33	\$ 53.084,80

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Entorno Político

Con la finalidad de apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento, el Gobierno Provincial Del Guayas ha decidido implementar el Programa De Agroindustria Rural (P.A.R) que consiste en capacitación y entrenamiento tecnológico en agroindustria rural, actividad realizada por pequeños y medianos productores, quienes al procesar e industrializar las materias primas agropecuarias y forestales pueden aumentar el precio del producto final. (La Prefectura Guayas, 2012)

De igual forma el INIAP busca fomentar la creación de microempresas con procedimientos sencillos para el procesamiento de la materia prima en el sector de la fruticultura, a través del Programa Nacional De Fruticultura. (INIAP, 2011)

FANNCOR S.A al momento de su creación sera un emprendimiento, el cual se beneficiara del entorno politico en donde se va a desarrollar, debido a que el gobierno, esta incentivando a los micronegocios para el movimiento de la economia de todos los involucrados en estas actividades, a traves de programas dirigidos a los microempresarios.

Entorno Económico

El entorno económico en el que FANNCOR S.A desarrollará sus operaciones principales, será constantemente evaluado a través de índices macroeconómicos, que servirán para dar un mejor panorama de la situación actual de la economía de los mercados. Los índices son descritos a continuación:

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB del Ecuador ha presentado una tendencia creciente, es así como, la tasa de crecimiento promedio anual en el periodo 2007-2012 es del 4.20%. En el 2011, el PIB fue de USD 78,189 millones y el PIB per cápita alcanzó los USD 5,428. Los sectores que mejor desempeño tuvieron y aportaron al PIB 2012 son administración pública 5,2%, construcción 2,7%, explotación de minas y cantera 2,3%, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 0,4%.

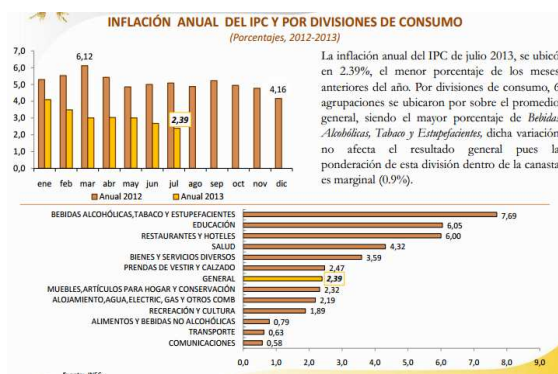
También la industria manufacturera 0,4% en esta industria se encuentra la rama de alimentos procesados; que es la industria donde la empresa propuesta se desarrollará. (Banco Central Del Ecuador, 2013)

Inflación

La inflación anual del precio al consumidor IPC al mes de julio del 2013 fue de 2.39%, la cual ha ido disminuyendo en los últimos meses siendo 2.68% en Junio y de 3.01% desde Marzo a Mayo del 2013. Sin embargo la misma representa una marcada diferencia con el año 2012 la cual fue de 5.00%. (Banco Central Del Ecuador, 2013)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Ilustración 3: Inflación Anual 2012-2013



Fuente: Banco Central Del Ecuador

Tasa De Interés

Para Pequeñas y Medianas Empresas hasta Agosto del 2013 la tasa de interés activa es del 11.20%, la cual es menor y se ha mantenido desde el año 2012, a diferencia de los años, 2009, 2010 y 2011 con las siguientes tasas: 11.23%, 11.35% y 11.31% respectivamente. (Banco Central Del Ecuador, 2013)

Tabla 7: Tasa De Interés



Tasa De Interés	2009	2010	2011	2012	2013
Pequeñas y Medianas Industrias	11,23%	11,35%	11,31%	11,20%	11,20%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado Por: El Autor

Entorno Social

En la actualidad, la tendencia de consumo por productos saludables con valor agregado ha ido incrementándose los últimos años. Debido a que las personas cada vez más se concientizan sobre el consumo de productos que beneficien su salud. Es por esto que a través

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”


de programas de desarrollo empresarial para MYPIMES, el gobierno local fomenta el emprendimiento en el sector agroindustrial, en donde se vincule a los actores de las cadenas agro-productivas generando plazas de trabajo y brindando a la sociedad productos con un valor agregado para su bienestar. (Ministerio De Industrias Y Productividad, 2012)

Entorno Tecnológico

En el Ecuador el 24.7% de los hogares tiene computadora de escritorio y el 9.8% de equipos portátiles, además que en el año 2011 el 31.4% de la población utiliza internet como medio de comunicación. (INEC, 2010) En los últimos 12 meses, el 31,4% de los ecuatorianos usaron internet. El 59,4% de las personas entre 16 y 24 años usaron el internet, seguido por los jóvenes de 25 a 34 años.

El 32,6% de la población utilizó el Internet, principalmente, para comunicarse con sus familiares y amigos; el 31,1% lo utilizó para obtener información. El 57,3% de las personas que usaron Internet lo hicieron por lo menos una vez al día; mientras el 36,9% lo hizo al menos una vez por semana. (INEC, 2012)

Tabla 8: Frecuencia Del Uso Del Internet



Uso Del Internet	Frecuencia
Una vez al día (al menos)	57,3%
Una vez por semana (al menos)	37%

Fuente: INEC
Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Esta información brinda datos útiles, para el desarrollo de estrategias de marketing, utilizando el internet como herramienta útil para la publicidad de la empresa y su producto, dándolos a conocer.

4.2. Macro, Meso y Micro

La empresa realizará sus operaciones en el Cantón Milagro, que será su entorno Macro. Milagro con un estimado de 166.634 habitantes, se encuentra a 45 km. de Guayaquil. Su temperatura promedio anual es del orden de 25° C y su precipitación es de 1361 mm. Milagro es una de las ciudades de mayor progreso en la provincia, debido a su intensidad comercial y el desarrollo de su industria agro-productiva. (La Prefectura Guayas, 2012)

El entorno Meso en el que se desarrollara la compañía será la industria a manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; su contribución al Producto Interno Bruto nacional es alrededor del 14%. La rama que más aporta a la producción de este sector es la de alimentos y bebidas.

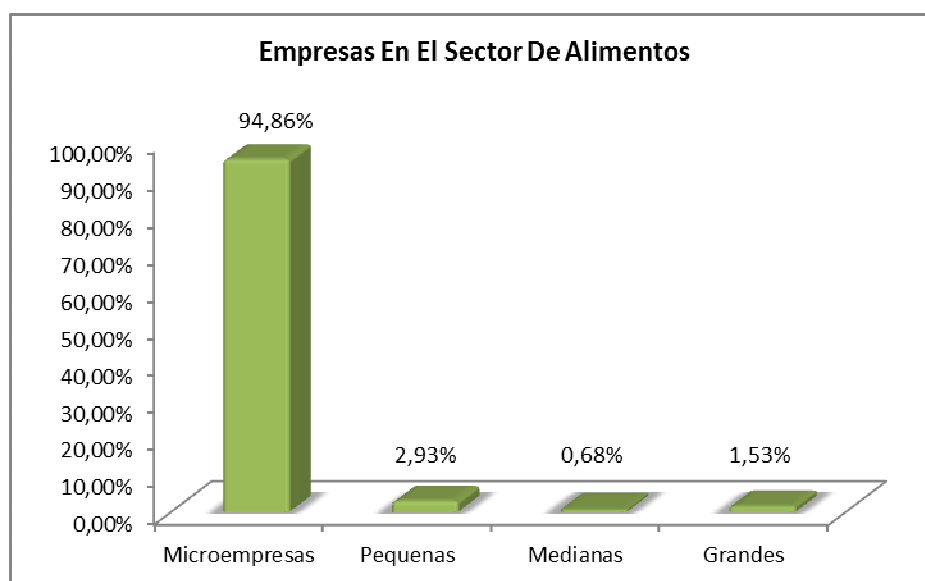
Los productos de la industria que más se exportan son: productos del mar, vehículos y sus partes, extractos y aceites de vegetales, manufacturas de metales y jugos y conservas. (Camara De Industrias De Guayaquil , 2012)

Por último, su entorno micro son las empresas y/o productos de pulpa de guanábana, como lo son: Conservas Guayas y Frutierrez De Ecuador S.A, empresas que están incursionando en este mercado no explotado en su totalidad.

4.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

En el país existen 9.826 empresas en el sector alimentos procesados, de las cuales las microempresas representan el 94,86%, las pequeñas el 2,93%, medianas el 0,68% y grandes el 1,53%. Los establecimientos se concentran en las microempresas.

Ilustración 4: Empresas En El Sector De Alimentos Procesados



Fuente: MIPRO

Elaborado Por: El Autor

La mayor participación de ventas, 51,36%, se realiza en las grandes empresas las que concentran el 41,87% del total de las utilidades del sector, seguido de las pequeñas con el 20,34% de las ventas y utilidades del 18,19%, las medianas con el 12,98% de ventas y el 21,35% de utilidades, por último las microempresas se llevan el 15,32% del total de ventas del sector y un 18,19% de participación de las utilidades totales del sector. (Ministerio De Industrias Y Productividad, 2012)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Con un gran dinamismo las importaciones que presentan los alimentos frescos y procesados (pulpas de frutas, conservas, aceite en bruto, incluso desgomado y amarillo) que reflejan una participación de 5,67% en Febrero de 2013, Las importaciones del sector industrial representan alrededor del 43% de las importaciones totales. (Ministerio De Industrias Y Productividad, 2012)

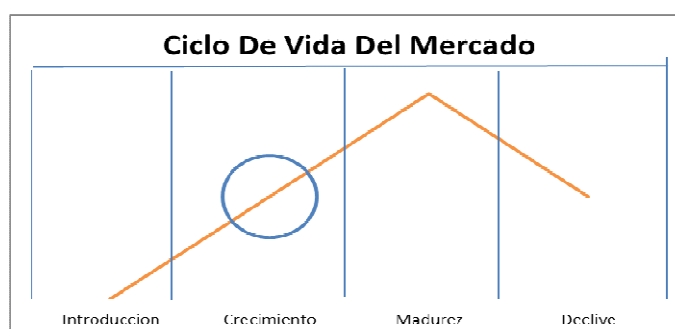
En febrero de 2013 se muestra una tendencia creciente de 242,5 millones de USD que corresponde al 13,7% en comparación al mes del año anterior y el PIB se ubicó en el 4.0%. (Camara De Industrias De Guayaquil , 2012)

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

La industria manufacturera es el sector con mayor importancia, tanto así que contribuye un 14% al PIB, y la rama de productos procesados como conservas, pulpas y jugos fruta, ha mantenido un incremento constante durante los 3 últimos años, sin llegar aun a su madurez dentro de mercado nacional como internacional.

(Camara De Industrias De Guayaquil , 2012)

Ilustración 5: Ciclo De Vida Del Mercado



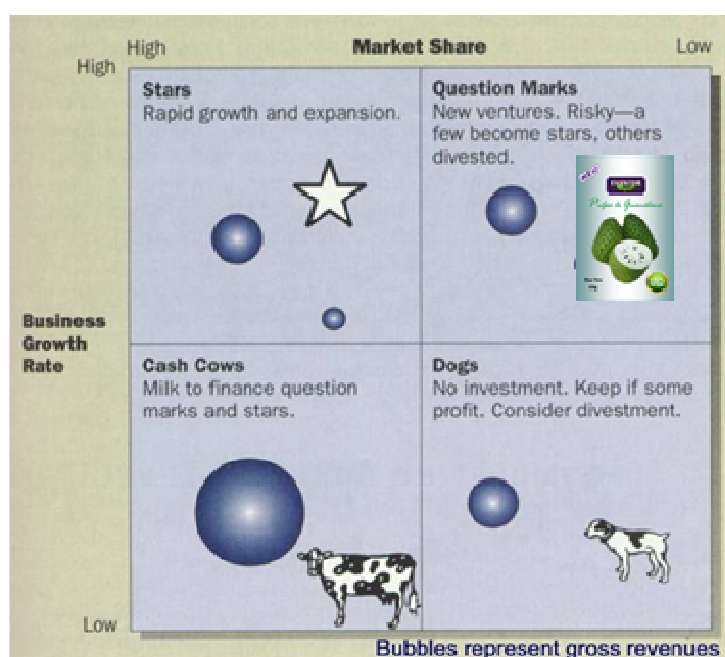
Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

4.5. Matriz BCG

Se analizará el producto de la pulpa de guanábana en la matriz Boston Consulting Group. El producto de FANNCOR es un producto nuevo, en el mercado milagreño, que tiene un riesgo considerable al entrar al mercado de alimentos procesados en Milagro, por esta razón dentro de la BCG el producto de la empresa se ubica en el cuadrante interrogante.

Ilustración 6: Boston Consulting Group



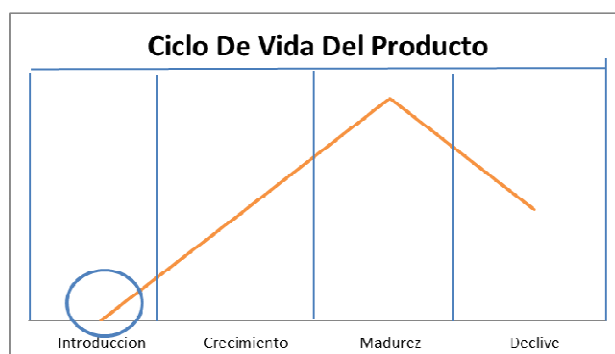
Fuente: The Boston Consulting Group

Elaborado Por: El Autor

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Los productos procesados a base de pulpa de frutas actualmente se encuentran en la fase crecimiento en la provincia del Guayas, debido a que ya se ha introducido ciertos productos de estas características en la provincia. Sin embargo en el Cantón Milagro, en su centro comercial Paseo Shopping, aun no se encuentran este tipo de productos, de igual forma en su mercado municipal, por lo que se podría considerar que el mismo, estaría en una etapa de introducción en el cantón Milagro.

Ilustración 7: Ciclo De Vida Del Producto



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

4.7. Análisis de las Cinco Fuerza Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Amenaza De Nuevos Entrantes

Las barreras de entradas para emprendimientos que se dedican a la comercialización de productos a base de frutas es media, debido a que la implementación de técnicas sencillas con calidad, son un factor fundamental para la puesta en marcha de estas empresas. Disminuyendo considerablemente los costos en la adquisición de máquinas industriales, realizando el procesamiento de la pulpa de una forma más artesanal.

Amenaza De Posibles Productos Sustitutos

En el mercado de bebidas y alimentos existen sustitutos, para productos de pulpa procesada, como lo son jugos naturales, mermeladas, mieles o manjares, que existe una gran variedad de estos productos.

Poder De Negociación Con Los Proveedores

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Los proveedores de la materia prima que es la fruta, son un elemento importante para la empresa, debido a esto lo primordial es establecer una relación proveedor-empresa justa, que beneficie a los agricultores y a la empresa para un desarrollo conjunto de dichos actores de la cadena agroproductiva de guanábana.

Poder De Negociación Con Los Clientes

FANNCOR S.A por ser una empresa en fase de introducción al igual que su producto, el nivel de negociación con sus clientes es bajo; a través de estrategias de marketing, para conocer las preferencias de consumo de los mismos, FANNCOR S.A podrá brindar un producto de calidad con el precio adecuado para su consumo.

Rivalidad Entre Competidores Existentes

Los productos procesados derivados de las frutas en su mayoría se encuentran en el centro comercial Paseo Shopping de Milagro, lugar en el los productos son colocados en perchas sin ningún tipo de publicidad para los mismos, ni un valor agregado que es lo que demandan los consumidores en los actuales momentos en un mercado totalmente competitivo. Un competidor directo para la empresa es el vendedor normal de la fruta guanábana o cualquier fruta de preferencia de los consumidores, que se los encuentra desde vendedores ambulantes hasta tiendas especializadas en ventas de frutas y productos naturales y/o saludables para el cuerpo humano.

4.8.1. Análisis de Tipo de Competencia

FANNCOR S.A tendrá competidores que afectarán sus operaciones de forma directa e indirecta.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Directa: los competidores directos de FANNCOR S.A será Frutierrez Del Ecuador S.A. que se dedica a la comercialización de pulpa de frutas de mora y frutilla, que en realidad es el zumo de estas frutas

Además de las frutas en su forma natural que se comercializan en Milagro, a través de diferentes canales de distribución.


Indirecta: Todos los productos sustitutos como jugos naturales y mermeladas de frutas de distintas marcas, como lo son Conservas Guayas, Helios, Natura. etc. Que son comercializados con mayor facilidad en cualquier tienda de abarrotes hasta el centro Comercial Shopping de Milagro.

4.8. Oferta

4.8.1. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

De acuerdo al estudio realizado por la empresa Infomedia, la participación de mercado en el sector de conservas y pulpas, en el Cantón Milagro, especificando el monto de inversión en distintas actividades para lograr un porcentaje de posicionamiento.

Tabla 9: Market Share, Conservas y/o Pulpas De Frutas



Conservas/Pulpa	Inversión	Posicionamiento
Facundo	\$323180	46%
Real	\$146656,94	34%
Alimentos Snob	\$24030,95	15%
Otros	\$11785,5	5%

Fuente: Infomedia

Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Mediante la tabla a continuación se busca analizar las características generales de los competidores de FANNCOR S.A.

Tabla 10: Características De Los Competidores



CONSERVAS/ PULPAS	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos	Precios
FACUNDO	Alto	16	Centro Comercial Shopping	Conservas Frutas	\$1.85
REAL	Medio	30	Centro Comercial Shopping	Bebidas Frutas	\$1.50
ALIMENTOS SNOB	Medio	30	Centro Comercial Shopping	Mermeladas Frutas	\$2.00
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A	Bajo	10	Aki	Pulpa De Mora, Frutilla	\$1.80

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Infomedia

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Los principales competidores de FANNCOR S.A en este caso Frutierrez del Ecuador como competencia directa, usa su portal web para comunicar los logros que alcanzan en sus operaciones diarias, certificaciones etc. Además como estrategias de marketing se concentran en publicaciones en revistas de las características de sus productos.

Sin embargo competidores indirectos con productos sustitutos tienen una estrategia de marketing más agresiva, en efecto realizan publicaciones en prensa escrita, comerciales de televisión, publicidad en el punto de ventas, debido a que son compañías con mayor inversión, que pueden costear estas estrategias.

FANNCOR S.A se enfocara en un producto diferenciador con facilidades en su empaque para su consumo, además de una excelente atención al cliente en donde se les

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

mencionara los beneficios de la fruta, con el fin de generar confianza en los consumidores. Es necesario mencionar que la competencia Frutierrez Del Ecuador S.A no ha ubicado sus productos aún en el principal centro comercial de Milagro, por lo que da una ventaja en el mercado a FANNCOR S.A. (Infomedia, 2013)

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado de la industria manufacturera en su rama de bebidas y alimentos, está enfocada en las personas del cantón Milagro de cualquier género que consuman pulpas de frutas, que contengan un valor agregado para su salud.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

Los criterios para segmentar el mercado de FANNCOR S.A, mismos que son útiles para delimitar el segmento o nicho mercado al cual se dirigirá el producto a ofertar. Los criterios son descritos a continuación:

Tabla 11: Criterios De Segmentación 

Criterios De Segmentación	Variables
Ubicación Geográfica	Cantón Milagro
Edad	18-60 Años
Sexo	Femenino y Masculino
Ingresos Económicos	\$320
Estilo de vida	Consumo de frutas y/o sus derivados para mantener una buena salud.
Clase Social	Medio Típico (C)

Elaborado Por: El autor

Fuente: Investigación

4.9.1.2. Selección de Segmentos

El segmento de FANNCOR S.A en el cual se enfocará son las personas entre 18 a 60 años, de ambos géneros que tenga un ingreso mensual igual o mayor al salario básico y que dentro de sus compras de alimentos se encuentren las frutas procesadas, que beneficien a su salud.

Tabla 12: Proyecciones Poblacionales



Año 2014	Habitantes
Proyección Nacional	16.027
Proyección Provincial	2.213,23
Proyección Cantón Milagro	181,093
Mujeres y Hombres Milagro de 18 a 60 años	77,957

Elaborado Por: Juan Fariño Cortez

Fuente: INEC

4.9.1.3. Perfiles de Segmento

FANNCOR S.A mantendrá un solo perfil para el segmento de mercado que se busca alcanzar, se especializará en un solo producto que será la pulpa de guanábana, además el consumidor recibirá un servicio de información sobre los beneficios de este producto y como podría consumirlo para aprovechar al máximo estas propiedades.

4.10. Matriz FODA

En la Siguiete matriz se analizarán las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa, con las cuales se desarrollarán estrategias para cada una de estos factores.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Tabla 13: Matriz FODA

 <p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bajo Costo Materia Prima principal. ✓ Especialización en un solo producto. ✓ Producto Natural sin aditivos. ✓ Varios Proveedores. ✓ Empaque Práctico 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca experiencia en la administración de una empresa. ✓ Marca nueva en el mercado. ✓ Liquidez baja. ✓ Baja automatización.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tendencia de consumo de alimentos naturales, localmente. ✓ Crecimiento del Mercado. ✓ Programas de Desarrollo De MYPIMES. ✓ No hay Saturación del Mercado. 	<p>F+O</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nicho de Mercado ✓ Fidelización de Proveedores. ✓ Incentivar el consumo de alimentos sin aditivos. 	<p>D+O</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento de la empresa en un mercado creciente. ✓ Posicionamiento de la marca. ✓ Procedimientos artesanales.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrada de competidores grandes. ✓ Incremento del precio de la Guanábana. ✓ Disminución en la demanda ✓ Cambios en la economía. 	<p>F+A</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diferenciación de los competidores.. ✓ Precios constantes de materias primas. ✓ Ingresar al mercado con precios competitivos. 	<p>D+A</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigación constante del mercado. ✓ Presentación de nuevos productos.

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Para la investigación de mercado se aplicará una metodología mixta, es decir cuantitativa y cualitativa. En la primera metodología, se aplicará la técnica cara a cara y en la segunda metodología la técnica del Grupo Focal.

4.11.2. Diseño de Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar el grado de interés de las personas del Cantón Milagro por consumir un producto procesado a base de pulpa guanábana.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Objetivos Específicos

- Determinar la aceptación del producto.
- Diagnosticar la frecuencia de compra del producto.
- Identificar las cualidades que los consumidores demandan del producto.
- Definir el lugar de adquisición de los productos por parte de las personas del Cantón Milagro.
- Establecer el grado de conocimiento de las personas que consumen guanábana, sobre sus propiedades.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

Distribución muestra hombre mujer, muestreo aleatorio simple

El universo luego de la segmentación es de 77597 personas, por lo que el tamaño de la muestra será de 384 personas para realizar la técnica cara a cara.

Tabla 14: Distribución muestra hombre mujer, muestreo aleatorio simple

Tamaño de la Muestra	
Fórmula	$N = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$
Tamaño de muestra	384
Numero de sigmas "s"	1,96
Variabilidad "p"	0,5
Variabilidad "q"	0,5
Mergen de error	0,05

Elaborado Por: El autor

Fuente: Investigación

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

El 30 de Agosto se realizó un grupo focal en el Cantón Milagro en la sala de sesiones del Municipio De Milagro, a 8 personas entre 28 a 60 años de edad, de nivel socio-económico medio, que tienen como característica en común el consumo de frutas. La actividad se realizó a las 11h00 en un ambiente agradable para los participantes.

Se les dio indicaciones a los participantes, del tema central a tratar y que lo principal en esta actividad era que mencionen lo que ellos deseen sobre el tema, dado la importancia de saber las razones de sus respuestas de cada uno de los temas. [En el Anexo 3](#) se encuentra la guía de temas que los participantes desarrollaron.

Factores Relevantes

¿Qué frutas Consumen?

Todos los participantes consumen frutas por sus beneficios para la salud, entre ellos destacaron los cítricos y frutos rojos como mora, frutilla y uva.

La Mayoría de los participantes manifestaron que consumen guanábana, entre las razones de consumo sobresalieron las propiedades curativas contra el cáncer que posee la guanábana, además de su buen sabor, que fue otro factor determinante para consumir esta fruta.

¿En qué presentación consumen las frutas?

La Ingeniera Comercial Jessica Cubi, mencionó que ella particularmente prefiere consumir las frutas en jugos o conservas, por la falta de tiempo y le agrado el concepto de la

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

pulpa de guanábana en un envase que le facilite su consumo y lo consumiría siempre y cuando el producto sea completamente natural, sin preservantes ni aditivos químicos, en ningún momento de su producción.

Luego mencionó el Sr. Chichi Navarro, Que sería una buena idea, una especie de compota de guanábana, para los niños de las familias y fomentar desde pequeños el consumo de esta fruta, reincidiendo, por las propiedades curativas o de prevención contra una enfermedad catastrófica como lo es el cáncer.

Luego de desarrollar los primeros puntos se realizó una pequeña pausa en donde se mostró un video en el que su contenido era el procedimiento bajo el cual se obtiene la pulpa de guanábana envasada sin químicos ni otra clase de aditivos.

Los participantes estuvieron de acuerdo, que sin ninguna objeción consumirían el producto, recalcando que el producto ideal sería sin químicos ni aditivos, que hoy en día son el causante mayor de enfermedades severas.

¿Están Dispuestos a consumir pulpa de guanábana envasada?

Los participantes tuvieron opiniones divididas, en menor proporción por el envase de vidrio con tapa para ofrecer el producto, sin embargo el resto de participantes manifestó que no tendrían ningún tipo de problemas en consumir el producto en un envase de plástico, siempre y cuando contenga todos los requerimientos y procedimientos que certifiquen su calidad y sea apto para su consumo.

¿Qué precios estarían dispuestos a pagar?

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Como debate final del grupo focal se llegó al tema de precios en lo que los participantes llegaron a la conclusión de que el producto deberá tener el precio de acuerdo al mercado al cual este dirigido, asumiendo que sea para el sector C.

Además de manifestar que el lugar de adquisición de las frutas en su forma natural, es el mercado común del Cantón Milagro, donde adquieren la fruta a un valor relativamente bajo, entre \$1.50 a \$2.00

Como conclusión, el grupo focal sirvió para determinar variables cualitativas para mejorar o implementar al proyecto. Además, con el fin de conocer al consumidor y sus preferencias de consumo de frutas o productos procesados en base de fruta y poder otorgar un producto natural que satisfaga las tendencias y demanda de los consumidores.

4.11.2.3.2. Concluyente

Para obtención de resultados cuantitativos dentro de la investigación de mercado se desarrolló una encuesta que se realizó a 384 personas entre hombre y mujeres del Cantón Milagro entre 18 y 60 años de clase socioeconómica medio Típico, segmento al que se propone llegar, para analizar sus percepciones y grado de interés en la presente propuesta

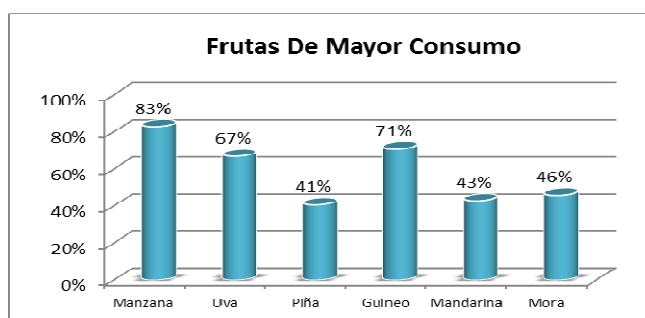
El sector donde se realizaron las encuestas fue en toda la zona urbana del Cantón Milagro, la zona norte, centro y sur del Cantón. El cuestionario se encuentra en el [anexo 4](#)

4.11.2.4. Análisis de Datos

Se obtuvo los siguientes datos del consumo de frutas.

Pregunta 1: ¿Qué Frutas Consume?

Ilustración 8: Frutas De Mayor Consumo



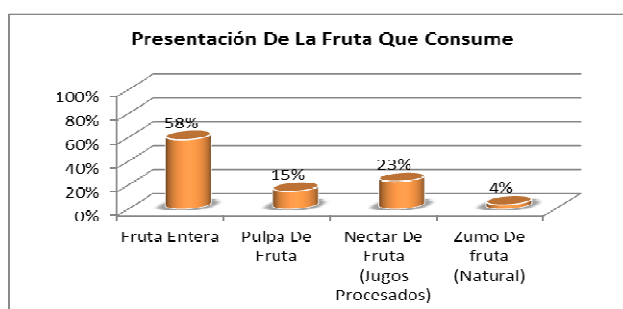
Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación De Campo

Las frutas de mayor consumo entre los encuestados son la Manzana con el 83%, seguida por el guineo con el 71% de los encuestados. En tercer y cuarto lugar se encuentran la uva y mora con un 67% y 46% respectivamente, y en menor consumo se encuentra la mandarina y piña con el 43% y 41% respectivamente.

Pregunta 2: ¿En qué Presentación adquiere las frutas que consume?

Ilustración 9: Presentación De Frutas



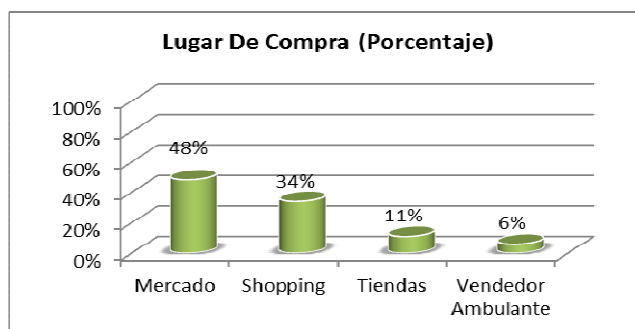
Elaborado Por: El autor

Fuente: Investigación De Campo

Las personas prefieren en un 58% consumir la fruta en su forma natural o entera. Además consumen también jugos procesados o néctares de fruta en un 23%, en menor cantidad las personas consumen el zumo y pulpa de fruta en un 15% y 4% respectivamente.

Pregunta 3: ¿En qué Lugar las adquiere?

Ilustración 10: Lugar De Compra



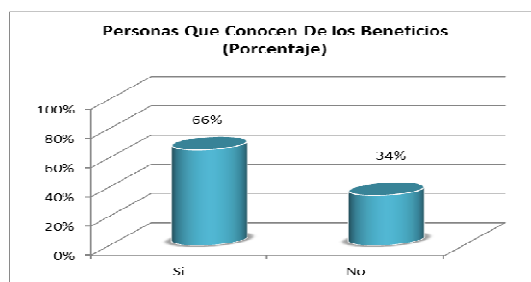
Elaborado Por: El autor

Fuente: Investigación De Campo

El lugar de compra con mayor concurrencia para la obtención de frutas en el cantón Milagro es el mercado común, que alcanza el 48%; en segundo lugar las personas compran en un 34% en el Centro Comercial Shopping De Milagro. Con menor concurrencia se encuentran las tiendas barriales y vendedores ambulantes de frutas con el 11 y 6%.

Pregunta 4: ¿Conoce Ud. los beneficios que le brindan las frutas que consume?

Ilustración 11: Conocimiento De Los Beneficios De Las Frutas

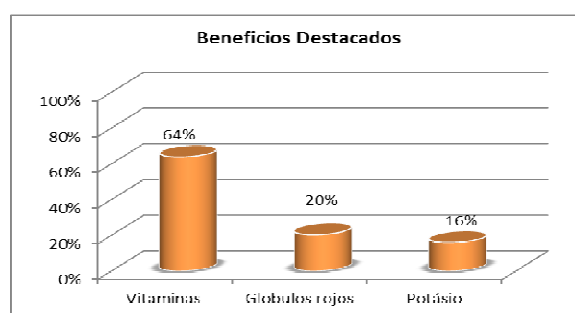


Elaborado Por: El autor

Fuente: Investigación De Campo

El 63% de las personas conocen los beneficios que las frutas que consumen, les brindan. El 34% los desconocen, entre los beneficios que más destacaron se encuentran las vitaminas, aumento de glóbulos rojos y brindan también potasio.

Ilustración 12: Beneficios De Las Frutas

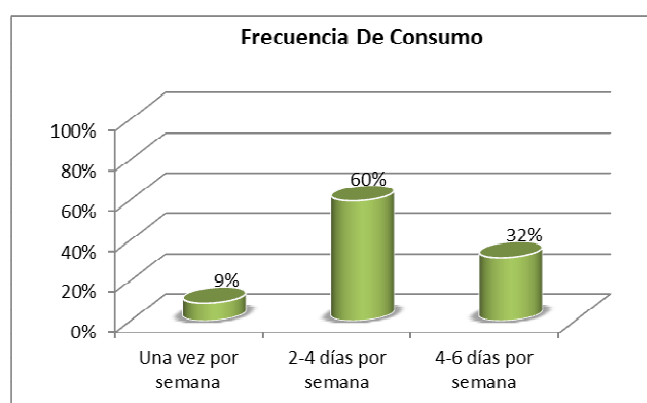


Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación De Campo

Pregunta 5: ¿Cuál es la frecuencia con la que consume frutas?

Ilustración 13: Frecuencia De Consumo De Frutas



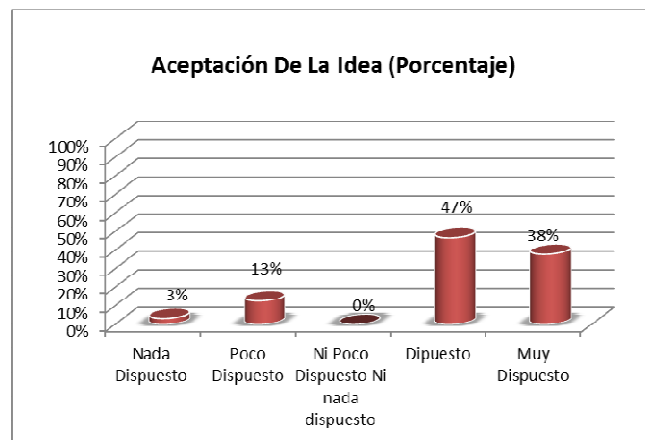
Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación De Campo

Las personas consumen frutas con una gran frecuencia mayor a dos días a la semana, en efecto el 60% corresponde al consumo de frutas, de dos a cuatro días y de 4 a 6 días un 32%, sin embargo el 9% de las personas en Milagro consume una vez a la semana.

Pregunta 6: ¿Estaría dispuesto a consumir pulpa de Guanábana natural envasada?

Ilustración 14: Interés De Compra Por El Producto



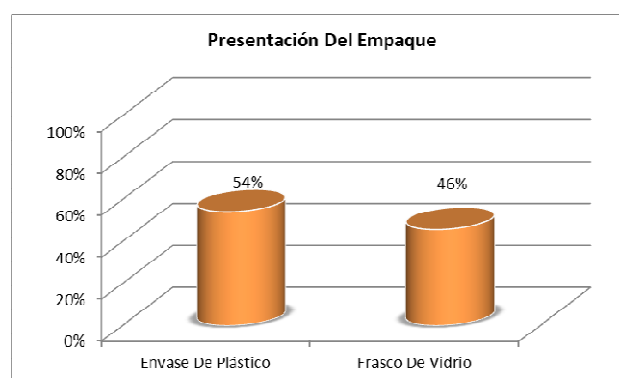
Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación De Campo

El Producto a ofertar tiene una aceptación del 85% que corresponden al Top Two Box de los resultados, el 13% de las personas demostró poco interés en adquirir el producto más sin embargo lo considerarían y el 3% no tuvo ningún interés en el producto.

Pregunta 7: ¿En qué Presentación le gustaría adquirir la pulpa de guanábana?

Ilustración 15: Presentación Del Empaque Del Producto



Elaborado Por: El Autor

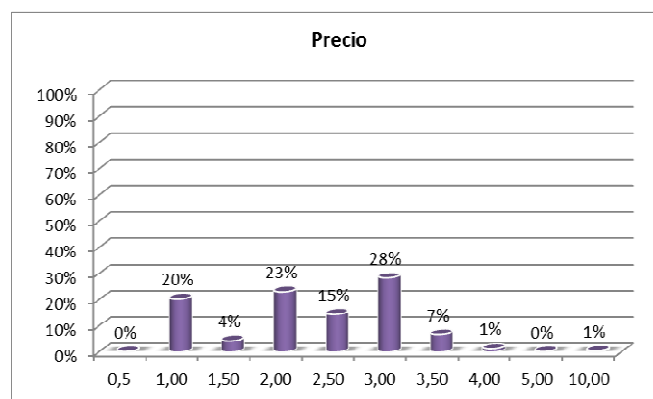
Fuente: Investigación De Campo

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

El 54% de las personas prefirió un empaque de Plástico Aséptico que brinde facilidades al momento de consumir el producto, sin embargo la segunda opción que es, un frasco de vidrio alcanzo un 46%

Pregunta 8: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la pulpa de guanábana en el envase de su preferencia?

Ilustración 16: Precio Del Producto



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación De Campo

Los precio que están dispuestos a pagar por el producto de la pulpa de guanábana natural, que obtuvo el mayor porcentaje, fue de \$3,00 con el 28%, seguido de \$2,00 con un 23%. Sin embargo cabe recalcar que existieron extremos en los precios siendo \$10 el más alto, y \$0,50 ctvs. De Dólar el más bajo. El promedio de los precios obtenidos es de \$3,30 ctvs.

4.11.2.5. Resumen e Interpretación de resultados

Como Resumen de los datos obtenidos:

- En el Cantón Milagro tienen la costumbre de consumir frutas como manzana, uva, guineo, mora, entre otros.
- El lugar de preferencia para adquirir las frutas es el mercado común del Cantón

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- En un Mayor Porcentaje las personas conocen los beneficios que les ofrecen las frutas tropicales que consumen.
- Las personas de Milagro tienen una frecuencia de consumo alta que oscila entre 2 a 4 días.
- El concepto del producto tuvo una gran aceptación por parte de la ciudadanía de Milagro
 - Los precios que estarían dispuestos a pagar por el producto a ofertar están entre \$2 y \$3.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Responden a los objetivos

- Se identificó las tendencias de consumo de frutas, en los habitantes del cantón Milagro.
- El lugar de preferencia con mayor porcentaje de concurrencia para adquirir las frutas es el mercado de Milagro, y es de conocimiento general que en el Cantón Milagro muchos productores se encargan de comercializar las frutas en sus puestos del mercado.
- El consumo de frutas está en gran parte relacionado al conocimiento que se tiene sobre los beneficios que brindan las mismas.
- En relación a la frecuencia de consumo de frutas es de 2 a 7 días a la semana con un porcentaje elevado.
- Se determinó la demanda del producto a ofrecer, tuvo una considerable aceptación por las personas del mercado objetivo.
- El precio que estarían dispuesto a pagar cumple con las expectativas del mercado objetivo.

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Sobre la base de los resultados de la investigación, se recomienda:

- Realizar en un futuro, la expansión de líneas de productos que tuvieron un mayor porcentaje de consumo.
- Diversificar el empaque a la 2da opción planteada que tuvo una aceptación buena.
- Debido a la aceptación del producto, invertir en el crecimiento del negocio.

4.12. Cuantificación de la Demanda

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

El Mercado potencial que tiene FANNCOR es de aproximadamente 77,957 personas, que surgieron de la segmentación de mercado a la población proyectada para el año 2014 por el INEC.

El mercado Real que FANNCOR S.A posee es el 85 % del mercado potencial, pero con el interés de comprar el producto, Por lo Tanto la demanda Potencial Insatisfecha es del 2% que equivale a 1560 personas.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca e Payback

Bajo el Concepto general del capítulo que es Auditoria De Mercado, se dejará sentadas las bases para luego realizar el estudio Financiero correspondiente y se establecerá una proyección de las ventas de la industria y la tasa de crecimiento de la misma, índice base que se usará para las proyecciones de la empresa.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Tabla 15: Ventas y Tasa De Crecimiento De La Industria

Ventas Agroindustria (Bebidas y Alimentos)	\$ 1729,2 millones
Tasa De Crecimiento	14%

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Boletín Sectorial Del Ministerio De Industrias Y Productividad (MIPRO)

Tabla 16: Proyecciones De Ventas De La Industria

2014	2015	2016	2017	2018
1971,288	2247,268	2561,886	2920,550	3329,427

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Boletín Sectorial Del Ministerio De Industrias Y Productividad (MIPRO)

Tabla 17: Proyección De Ventas FANNCOR S.A

Proyección De Ventas	2014	2015	2016	2017	2018
Pulpa De Guanábana	\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Total De Venta	\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17

Elaborado Por: El Autor

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Diseñar un Plan de Marketing para posicionar la marca FANNCOR, como la mejor opción de compra, de pulpa de guanábana en Milagro.

Objetivos Específicos

- Satisfacer la demanda real en un 40%, medible a través de indicadores de posicionamiento.
- Fortalecer la imagen de la empresa anualmente, a través de estrategias de marketing, medibles a través de indicadores de gestión.
- Maximizar las ventas anuales en un 25%, a través de estrategias de publicidad para fidelizar clientes.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

FANNCOR busca seleccionar una estrategia general de posicionamiento denominada “*más por lo mismo*”, de acuerdo al aumento de beneficios para el cliente se podrá incrementar el precio del producto en concordancia al rango de precios en el mercado de productos similares.

Además como estrategia de penetración de mercado se establecerá la diferenciación, puesto que se brindará apoyo al producto, dando información relevante sobre los beneficios de la fruta, formas de consumo, etc.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Estos beneficios serán comunicables, es decir el día del lanzamiento se invertirá en publicidad en el punto de venta para brindar estos beneficios. (Armstrong, 2008)

5.1.1.2. Cobertura

FANNCOR busca cubrir la zona céntrica de la ciudad de Milagro, puesto que ahí se encuentra la mayor concentración de la población, el mismo que se encuentra con un nivel socioeconómico medio (C), con la proyección de cubrir todo el mercado.

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

FANNCOR S.A se encuentra en una fase de introducción en el mercado, en el Cantón Milagro, a través de la futura comercialización de su producto principal, la pulpa de guanábana envasada, que es su posición estratégica. La empresa busca utilizar una estrategia de penetración de mercado para lograr ubicarse en el Top Of Mind de las personas del Cantón de Milagro, como la mejor opción al momento de adquirir un producto natural de frutas que beneficie su salud.

El Segmento en el cual FANNCOR S.A busca introducir su producto será el de las personas con un hábito de consumo de frutas y/o productos naturales en base de frutas, con edades entre 18 a 60 años, con un nivel socioeconómico Medio Típico (c).

FANNCOR S.A promocionará los siguientes atributos, que servirán para posicionarse en la mente del consumidor como primera opción de compra.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Calidad De Servicio: Brindar un servicio de calidad a los clientes, en el que se brinde información útil relacionada al consumo del producto.

Diferenciación: Ofertar un producto de calidad, completamente natural sin aditivos químicos, en un envase práctico, de fácil consumo y al instante, para los habitantes de Milagro.

Satisfacción De Tendencias: Elaborar un producto que satisfaga las tendencias actuales por el consumo de alimentos naturales, que tengan un valor agregado para el beneficio de la salud de las personas.

Debido a que se comercializará el producto, a un precio competitivo establecido por el mercado, la empresa se enfocará en la diferenciación de servicio y producto de calidad.

Los habitantes del Cantón Milagro obtendrán el producto de la pulpa de guanábana, además de una pequeña y rápida asesoría de los beneficios del consumo de esta fruta, inclusive podrá consumirla en el mismo momento debido a la facilidad que brindará el empaque.

Ante este apartado y como se lo mencionó en un punto anterior la estrategia general de posicionamiento será **más por lo mismo**, puesto que recibirán mejor atención los clientes, y un producto natural con valor agregado para la salud de los habitantes del Cantón Milagro. El logo de la empresa FANNCOR S.A es el siguiente:

Ilustración 17: Logo de la empresa



Elaborado Por: El Autor

5.2.2. Valoración del Archivo de la Marca (BAV)

La valorización de la marcasse establecerá bajo cuatro pilares, que son aplicables más a grandes empresas, pero que es una herramienta que puede contribuir al desarrollo de estrategias para promocionar la empresa. (Brand Asset Valuator_ Y&R, 2013)

Ilustración 18: Valoración Del Activo De La Marca (BAV)



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Y&R

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

FANNCOR S.A implementará una estrategia de diferenciación, en la que ofertará un producto completamente natural y un servicio enfocado en los clientes, brindando información útil sobre el consumo de la fruta y el producto de FANNCOR S.A.

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

El producto de FANNCOR S. A es la pulpa de guanábana natural, sin aditivos químicos, que se comercializará en un envase de Polietileno de 450g. Además llevará el logo de la empresa en su etiqueta y otros datos relevantes para el consumidor.

El slogan de FANNCOR S.A es “Cumpliendo sus deseos”.

Tabla 18: Producto Esencial, Real y Aumentado

Producto Esencial	Producto Real	Producto Aumentado
Fruta/ Guanábana	Pulpa De Fruta	Pulpa de fruta natural, en un envase práctico que satisfaga las tendencias actuales de consumo.

Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

De acuerdo con los datos obtenidos en la investigación de mercado, en sus métodos cuantitativos y cualitativos, el producto que se demanda es la pulpa de guanábana envasada en donde su componente principal sea solamente la pulpa de fruta sin aditivos químicos.

El producto será distribuido a dos locales de venta de productos naturales para su comercialización, ubicados en el Cantón Milagro que son Natura Sol y Amazónica, que se encuentra a 5 minutos del lugar donde se ubicaría FANNCOR S.A.


5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.

Su empaque será en una presentación de 450g en material de polietileno de baja densidad, que es el apropiado para la comercialización de pulpa de frutas refrigeradas. Que tendrá los requerimientos y datos nutricionales establecidos por el INEN, para conocimiento de los consumidores.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea.

Esta es la amplitud y profundidad de línea de FANNCOR S.A

Tabla 19: Amplitud y Profundidad de Línea



	Amplitud
Profundidad	Pulpa De Fruta
(Actual)	Guanabana
(Largo Plazo)	Mora
(Largo Plazo)	Mango
(Largo Plazo)	Guayába

Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

FANNCOR S.A se dedicará en sus inicios a la comercialización de pulpa de guanábana, en el futuro y bajo la demanda creciente por el consumo de pulpas de otras frutas, se evaluará la factibilidad de expandir la línea de productos.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La Marca del presente proyecto será FANNCOR. Que no existe en los archivos de la Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), por lo que no hay inconveniente alguno para registrar el nombre, en el último Instituto mencionado anteriormente.

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

La competencia directa de FANNCOR S.A son las frutas en su estado natural y los distintos puntos de venta como tiendas, mercado y supermercado, en donde el precio de la guanábana oscila entre \$3 a \$6.

Los precios están regulados por el estado, en cuanto a materia prima y los productos finales con valor agregado, por lo que FANNCOR usará una estrategia de precios del mercado para ser competitivo en el mismo.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado meta al que se pretende alcanzar, es de nivel socioeconómico Medio Típico, el cual tiene un ingreso promedio de \$ 350, y con un consumo de frutas entre 15 a 25 días al mes. (Investigación De Mercado, 2013)

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los Accionistas De FANNCOR S.A esperan el crecimiento anual en ventas en un 5%, además de una rentabilidad del 15% la cual permita recuperar la inversión, y buscar expandir su línea de productos, dependiendo del éxito que tenga la empresa.

5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía

Debido a la naturaleza del negocio en el que se comercializará, a través de tiendas detallistas se podrá realizar descuentos del 10% en ventas mayores a 50 unidades, contemplados en el margen de ganancia en la compañía sin que este afecte al mismo.

El método de pago será al contado, puesto que la empresa en sus primeros años necesita liquidez y no es recomendable tener cuentas por cobrar.

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

El sector donde se encontrará FANNCOR S.A será delimitado en su nivel macro, micro y localización específica a continuación:

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.3.1.1. Macro Localización

El cantón Milagro de la Provincia del Guayas, el cual tiene rutas de accesos en buenas condiciones facilitando llegar a la empresa.

Ilustración 19: Macro Localización



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Google maps

5.3.3.1.2. Micro Localización

La Micro localización de la empresa, se encuentra en el sector conocido como Villas del Seguro, en el cual bajo Ordenanza Municipal, se autoriza el funcionamiento de Micro negocios con bajo impacto ambiental, que cumpla con los requisitos y permisos de funcionamientos correspondientes.

5.3.3.1.3. Ubicación

Se encuentra en las Villas del IESS o Seguro, en la calle principal, manzana 6.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

La empresa estará distribuida de la siguiente manera:

Ilustración 20: Distribución Del Espacio



Elaborado Por: El autor

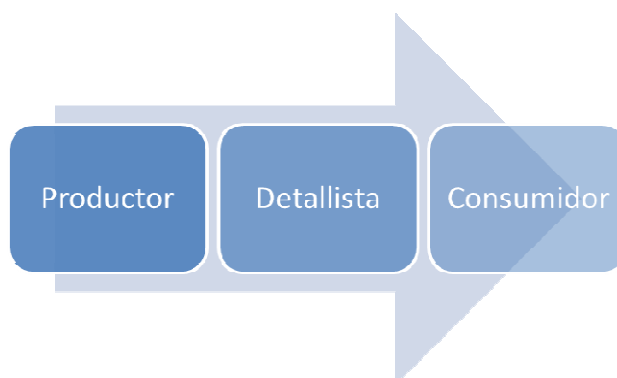
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

FANNCOR usará el siguiente canal de distribución:

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

FANNCOR S.A será el productor de la pulpa de guanábana que luego se distribuirá a través de tiendas detallistas, en donde llegarán hasta el consumidor final.

Ilustración 21: Canal De Distribución



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

El mercado en donde se pretende comercializar la pulpa de guanábana de FANNCOR es en el la zona urbana del Cantón Milagro, el cual se busca alcanzar con estrategias de penetración, Merchandising, Material POP, el día del lanzamiento y durante el tiempo de operación de la empresa.

5.3.3.2.3. Logística

En los siguientes puntos se detalla la logística en el proceso productivo de FANNCOR S.A.

Compras: La adquisición de la materia prima principal, que es la fruta, los primeros 5 días hábiles, de cada mes, para poder realizar el proceso productivo para la obtención del producto final.

El almacenamiento de las frutas adquiridas al proveedor, será guardado organizadamente en la bodega y cuarto de maduración, donde estarán organizados para el momento de producción.

Los empaques se encontrarán en un pequeño depósito el cual estará aseado para evitar la contaminación de los mismos y se los utilizará cuando se empiece el proceso productivo.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

En la tienda detallista se encuentran dos vendedores que se encargarán de mostrar los beneficios que brinda el producto, convenciendo a los clientes del beneficio de consumirlo.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Como servicio de Pre-venta se orientará al cliente, por medio de los vendedores de la tienda detallista, para transmitir la información relevante sobre los beneficios del producto, para incentivar el consumo del mismo.

Además se implementará un sistema de sugerencias en la tienda detallista, sobre el producto y en la página web se implementará una sección de quejas, reclamo o sugerencias para el consumidor.

Sin embargo lo podrán realizar directamente en la oficina de la empresa, ubicada en las Villas Del Seguro, Manzana 6.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

La estrategia de Marketing Above The Line que FANNCOR usará es la publicidad en el periódico de mayor circulación del Cantón Milagro “El Milagreño”.

Por otra parte para realizar una estrategia de publicidad BTL FANNCOR realizará trípticos informativos, en donde se encontrará detalles de las características del producto, empresa, y su página web.

Además de una valla publicitaria con la imagen de la empresa y el producto a ofertar. Como última estrategia la repartición de flyers o volantes con información de FANNCOR S.A

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

La propuesta publicitaria busca lograr la aceptación y consumo del producto, recalcando las propiedades de la fruta, además que el producto es completamente natural, diferenciándose de la competencia siendo un producto sin aditivos químicos.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

La venta personal no aplica debido a que los vendedores se encontrarán en la tienda del negocio y la venta se realizará a través de los mismos.

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

Este numeral no aplica al presente proyecto, debido a que FANNCOR S.A no participará por el momento en ferias comerciales, competiciones o concursos.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis.

Para la fidelización del cliente se realizarán el día del lanzamiento del producto:

- Degustaciones de la pulpa natural o jugos realizados en ese momento en base a la pulpa, para dar a los clientes opciones de consumo.
- Productos complementarios como Trípticos informativos sobre el producto, beneficios, y la empresa.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

El lanzamiento del producto se realizará a mediados del 2014. Para la cual se realizará la estrategia BTL en el que se incluye la repartición de Flyers con la ubicación de las tiendas donde podrá conseguir el producto, además de información del producto en el periódico de mayor circulación en el Cantón, diario “El Milagreño”.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Se pretende realizar publicidad en el periódico de mayor circulación en el Cantón Milagro, “El Milagreño”, en el cual realizará anuncios en un espacio de tres dieciseisavos, que son rectángulos de 10cm de Largo por 6cm de alto, en donde se promocionará el lanzamiento del producto.

5.3.4.4.3. Mindshare

FANNCOR S.A no cuenta con un posicionamiento de mercado, debido a que la empresa no ha sido creada aún, sin embargo se pretende llegar al top of Mind de los clientes como la primera opción de compra de pulpa de guanábana en el Cantón Milagro.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Con la repartición y entrega de trípticos y material publicitario, se pretende crear el prestigio correcto para el crecimiento de la empresa, con información útil de la misma y el producto.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.4.4.5. Merchandising

FANNCOR realizará Merchandising a través de la estrategia conocida como PUSH. Se colocará banners, flyers, trípticos, y dípticos que impulse el producto hacia los clientes para su adquisición.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

Con el fin de establecer un vínculo con los clientes, como se lo mencionó anteriormente, se realizará una estrategia BTL de publicidad, para brindar información relevante sobre el producto y empresa para el consumidor.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

A través de la página web se desarrollará una sección en la que se receptorán sugerencias, comentarios, quejas de los consumidores, en la cual se obtendrá una base de datos, la cual sirva para dar una atención personalizada a cada cliente y satisfacer sus necesidades de consumo en el futuro.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

Como se lo menciona en el punto anterior en la página web se podrá recolectar esta información, sin embargo debido a que la empresa y el producto se encuentran en una etapa de introducción, los potenciales consumidores no poseen aún opiniones que sirvan a la empresa para su desarrollo.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

Se analizará las estrategias electrónicas en la que incurrirá la empresa

Ilustración 22: Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing



Elaborado Por: El Autor

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

En la siguiente tabla se menciona la promoción electrónica que los competidores realizan para vincularse más con su mercado.

Tabla 20: Páginas Web Competidores

Competidores	Páginas web
Competidores Directos	
Frutierrez Del Ecuador	Cuenta con su página web informativa, en donde detalla a sus clientes, beneficios , características, promociones, e información relevante de la empresa.
Mercado Común	No Aplica
Competidores Indirectos	
Alimentos Snob	Cuenta con su página web informativa, en donde detalla a sus clientes, beneficios , características, promociones, e información relevante de la empresa.
Facundo	
Real	

Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

FANNCOR S.A diseñará e implementará una página web informativa, en la cual se brinde al mercado potencial, información sobre:

- La empresa
- Producto (pulpa de guanábana)
- Sección de sugerencias, opiniones, reclamos etc. Para crear una relación más estrecha con el cliente.
- Idioma Español debido a que es el idioma principal de nuestro país.

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

En los actuales momentos, redes sociales como: Facebook, Twitter, Foursquare, YouTube, entre otros, son herramientas que ayudan a las empresas a desarrollar estrategias de marketing y publicidad para lograr alcanzar el mercado propuesto, además de no tener un costo elevado, herramienta adecuada para negocios en fase de introducción.

Por lo mencionado anteriormente la empresa realizará fans pages, donde se dé a conocer a los cliente, noticias novedosas y de interés para los mismos.

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Se detalla en la siguiente tabla la promoción electrónica de los competidores.

Tabla 21: Promoción En Redes Sociales



Competidores	Facebook	Twitter
Competidores Directos		
Frutierrez Del Ecuador	No Cuentan con Promoción en Redes Sociales	No Cuentan con Promoción en Redes Sociales
Mercado Común	No Cuentan con Promoción en Redes Sociales	No Cuentan con Promoción en Redes Sociales
Competidores Indirectos		
Alimentos Snob	Actualmente se encuentra en construcción esta página de red social.	Actualmente se encuentra en construcción esta página de red social.
Facundo	Tiene 17.811 seguidores, se muestran promociones de sus productos.	No cuenta con una cuenta en esta red social.

Fuente: Facebook, Twitter

Elaborado Por: El Autor

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

FANNCOR S.A utilizará fans pages en Facebook y Twitter con el objetivo de incrementar el grado de conocimiento sobre el producto y la empresa y aumentar la cartera de clientes. Esta actividad se realizará una vez que la empresa este mejor posicionada en el mercado, sin embargo contará desde el inicio con una página web informativa.

En la página web se subirán fotos de las actividades, eventos, promociones y otras informaciones de relevancia para el consumidor.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

El marketing social se enmarca en la contribución social a la salud de las personas a través de una fruta que brinda propiedades beneficiosas para los habitantes del Cantón Milagro.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5.3.4.5. Ámbito Internacional

FANNCORS.A por el momento no operará en el mercado internacional, por lo que el ámbito internacional no aplica para el proyecto.

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

La comercialización del producto es local, no se planea exportar, por lo que este punto no aplica al presente proyecto.

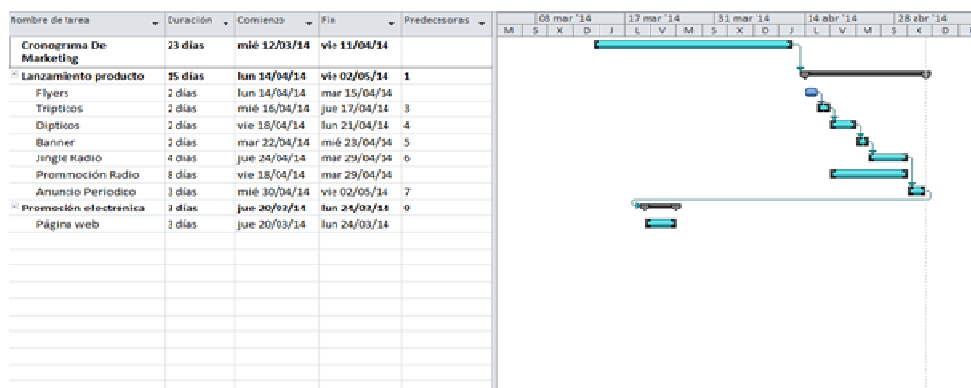
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

No es aplicable, debido a que no se cumple con el punto anterior.

5.3.5. Cronograma

Se muestra en el siguiente punto el cronograma de marketing.

Ilustración 23: Cronograma



Elaborado Por: El autor

5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Se detalla a continuación el presupuesto base para la campaña de marketing de FANNCOR S.A

Tabla 22: Presupuesto De Marketing



Marketing Campaña	Descripción	Lanzamiento	Costos Mensuales	Costos Anuales (2014)	2015	2016	2017	2018
Anuncio En Radio (La voz De Milagro)	Comercial en radio, tres veces al día, durante 4 semanas.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.472,00	\$ 6.238,08	\$ 7.111,41	\$ 8.107,01
Jingle	Grabación Comercial(Canción)	\$ -	\$ 110,00	\$ 330,00	\$ 376,20	\$ 428,87	\$ 488,91	\$ 557,36
Periodico "El Milagreño"	Tres Dieciseisavos, 10cm x7cm	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 547,20	\$ 623,81	\$ 711,14	\$ 810,70
Tripticos	Detalles productos y empresa	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 2.052,00	\$ 2.339,28	\$ 2.666,78	\$ 3.040,13
Banner	Información Producto y empresa	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 410,40	\$ 467,86	\$ 533,36	\$ 608,03
Flyers	Detalles Productos	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 820,80	\$ 935,71	\$ 1.066,71	\$ 1.216,05
Página web	Página informativa	\$ -	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 684,00	\$ 779,76	\$ 888,93	\$ 1.013,38
TOTAL		\$ 680,00	\$ 840,00	\$ 9.090,00	\$ 10.362,60	\$ 11.813,36	\$ 13.467,23	\$ 15.352,65

Elaborado Por: El Autor

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados.

Se detalla en el siguiente punto el estado de resultados proyectados.

Tabla 23: Offering



OFFERING					
	2014	2015	2016	2017	2018
Total De Venta	\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Utilidad Bruta	\$ 99.131,16	\$ 116.399,80	\$ 136.676,65	\$ 160.485,72	\$ 188.442,33
Utilidad Neta	\$ 4.877,40	\$ 9.761,23	\$ 19.126,23	\$ 30.986,38	\$ 44.552,49

Elaborado Por: El Autor

CAPÍTULO 6

PROCESO PRODUCTIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

FANNCOR S.A produce y comercializa pulpa de guanábana sin aditivos químicos en un envase apropiado para la comercialización del mismo en el cantón Milagro, trabajando con proveedores y personal calificado que ayuden a la empresa a brindar un producto de calidad, que pueda satisfacer la demanda creciente de productos sanos que contribuyan a la salud de las personas y a su vez al desarrollo de la compañía junto con todos los grupos de interés de la misma.

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de *FANNCOR* contempla 7 pasos puntuales los cuales se desarrollarán con total higiene y cumplimiento de las normas de Bioseguridad, para garantizar la inocuidad del producto final que será brindado a los clientes y consumidores de la empresa. El proceso productivo se encuentra en la sección de anexos. [Ver Anexo 5](#)

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

A continuación se detallan las maquinas, equipos e instalaciones en las cuales se incurrirá para el proceso productivo.

Tabla 24: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.

Materiales De Producción	Cantidad
Maquina (mezcladora)	1
Refrigeradores	2
Medidor Grados Brix	1
Balanza	1
Empaque	20000
Selladora	2
Mesas para cortar (acero inoxidable)	2
Cajon para enfriamiento(acero inoxidable)	1
Repisas (acero Inoxidable)	4
Guantes quirurgicos (caja 100 unidades)	1
Mandiles	8
botas (par)	8
Mascarillas (100 unidades)	1
Gorros (caja 100unidades)	1
Fundas de Plástico (100)	3
Cucharones	10
Tachos Basura(Contenedores)	4
Jarras	10
Mesas con lavaderos (acero inoxidable)	1
Instalaciones (Agua, luz,aire)	1

Elaborado Por: El Autor

6.1.3. Mano de Obra

La mano de obra en FANNCOR está constituida por todos los empleados de la empresa, los cuales se clasifican en:

Mano de obra directa: que son el supervisor de producción, y 4 obreros del mismo departamento, sin embargo el personal mencionado recibirán sus beneficios de ley mensualmente.

De igual forma la mano de obra indirecta la constituyen el Administrador, el supervisor Financiero y el de Marketing y ventas.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

6.1.4. Capacidad Instalada

. La capacidad de la máquina principal del proceso, la cual es la marmita mezcladora, tiene una capacidad de 222 litros que equivale a 222000 gramos. Es decir que tolera 222 guanábanas de 1 kilo, equivalentes a 1000 gramos.

Una guanábana de 1 kilo, es decir 1000 gramos, puede llenar 2 envases de 450gramos cada uno, por lo que para producir 206 productos finales, se necesitan 103 guanábanas. Debido a esto no se utilizará la máxima capacidad de la marmita el primer año, en las proyecciones se contempla un aumento en la producción, la cual no tendrá problemas debido a la capacidad que aun permite la máquina, solo se contemplará la contratación de un obrero más, al segundo año de trabajo.

Por hora se pueden producir 26 productos finales y en el día 206 productos finales listos para su distribución.

6.1.5. Flujograma de Procesos

En la sección de anexos se detalla el flujograma de procesos de FANNCOR S.A, el cual indica los pasos para la obtención del producto final. [Ver anexo 6](#)

6.1.6. Presupuesto

En este inciso se detalla el costo de la infraestructura y el valor de adquisición de los equipos y máquinas para el proceso productivo.

Tabla 25: Presupuesto Infraestructura y máquinas

Materiales De Producción	Cantidad	Precio Unit.	Total
Maquina (mez cladora)	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Refrigeradores	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Medidor Grados Brix	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Balarza	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Empaque	20000	\$ 0,15	\$ 3.000,00
Selladora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Mesas para cortar (acero inoxidable)	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Cajon para enfriamiento(acero inoxidable)	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Repisas (acero Inoxidable)	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Guantes quirurgicos (caja 100 unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Mandiles	8	\$ 10,00	\$ 80,00
botas (par)	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Mascarillas (100 unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Gorros (caja 100unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Fundas de Plástico (100)	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Cucharones	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Tachos Basura(Contenedores)	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Jarras	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Mesas con lavaderos (acero inoxidable)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Instalaciones (Agua, luz, aire)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total Maquinas y equipos		\$ 4.029,15	\$ 8.997,00


Elaborado Por: El autor

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

Para garantizar la calidad del producto de la empresa, se establecerá lo siguiente:

Tabla 26: Procesos De Planeación De Calidad

Proceso De Planeación De Calidad 	
Analisis Del Entorno	Identificar los requerimientos de los clientes en cuanto a la calidad del producto a ofertar. (Investigación De Mercado)
Misión De Calidad	Establecer la métrica de calidad, en la cual se detallará la tiempos, cantidad y adecuaciones para cumplir la calidad demandada.
Políticas De Calidad	Delimitar las normas para cumplir el proceso productivo garantizando la calidad del mismo.
Estandares De Calidad	Garantizar el cumplimiento de los estandares de los clientes, a su vez de los estandares generales que debe cumplir el producto para su comercialización.
Control De Calidad	Implementar el sistema de control de calidad, a traves de un examen organoléptico aleatorio, para el produto y un sistema de control de los procedimientos.

Elaborado Por: El autor

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

El cumplimiento de las políticas y normas que tengan relación con la calidad del producto, generará el crecimiento de la imagen corporativa de FANNCOR S.A, además del reconocimiento y fidelización de los clientes, debido a la satisfacción de las necesidades de los mismos, posicionando así a FANNCOR S.A como una empresa correcta que brinda un producto de calidad acorde a las tendencias actuales de los consumidores.

6.2.3. Políticas de calidad

Garantizar la calidad en cada uno de los procesos desde la recepción, elaboración y distribución, con el fin de ofrecer un producto en óptimas condiciones para el mercado objetivo del mercado de Milagro.

6.2.4. Benchmarking

Control de calidad de cada despacho por personal calificado, desde el campo hasta que el producto esté listo para su despacho, manejo de trazabilidad de acuerdo a requerimientos de cada cliente y estándares generales e informes de calidad requeridos por clientes, son las estrategias que usa un potencial competidor directo como lo es Frutierrez del Ecuador S.A

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

FANNCOR S.A con el fin de garantizar una excelente calidad en cada uno de sus productos, implementará en su proceso productivo dos controles de calidad, en los que el primero se verificará el estado óptimo de las materias primas para su procesamiento y en el

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

segundo se verificará las condiciones del producto final, los mismos que deberán cumplir con los siguientes estándares de calidad.

6.2.6. Estándares de la calidad

Bajo las normas generales del Código Alimentarius el cual establece y permite, procesos y condiciones en que las frutas deben encontrarse para garantizar un producto elaborado inocuo para el consumo de las personas. (Codex Alimentarius, 2013)

Las características son las siguientes:

- Las frutas deben estar intactas, sanas, libres de daño y deterioro.
- Libre de cualquier olor o sabor extraño.

Además se recomienda los procesos físicos usuales y tratamientos tales como calor, centrifugado, filtrado, vacío y escaldado.

Ante este apartado, también se establecerán la métrica de calidad la cuales es:

- La producción de 26 envases finales en una hora.
- 206 envase en las 8 horas laborables.
- Se contempla un 5% de desperdicio de la materia prima en el proceso productivo.

6.2.7. Procesos de control de calidad

Los responsables directos del control de calidad de los productos de FANNCOR S.A son el Ing. En alimentos y el Gerente de Producción, revisando cada uno de los procesos que se realicen al igual que el estado de las materias primas. Para los cuales tendrán fichas técnicas con los detalles que se deben cumplir como estándares de calidad.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

FANNCOR. S.A no contará con certificaciones de calidad debido a que recién se inicia en sus operaciones, pero en el largo plazo, junto con su crecimiento se busca lograr una certificación de calidad como lo es la ISO 9001.

Para buscar la certificación, se debe tener los siguientes documentos:

- Declaraciones documentadas de una política de la calidad y de objetivos de la calidad.
- Un manual de calidad.
- Procedimientos documentados y registros requeridos.
- Los documentos que la organización determina como necesarios para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control en sus procesos.
- Manual de calidad que incluya el alcance del sistema de gestión de calidad y una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de gestión de la calidad, entre otros.

6.2.9. Presupuesto

No se incurrirá en gastos, por lo que la certificación ISO no se la adquirirá en el inicio de la compañía, sin embargo se destinará en el cuarto año el 5% de utilidades para capacitación del personal.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Para elaborar el proceso durante esta etapa de producción de pulpa de guanábana, es necesario considerar los siguientes aspectos como medidas para contribuir al medio ambiente:

- Identificar y cuantificar los productos y residuos generados por el proceso productivo.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Identificar y caracterizar los recursos naturales requeridos para el proceso productivo.
- Establecer las medidas de manejo ambiental necesarias para atender los impactos negativos potenciales del proyecto.
- Definir un cronograma de trabajo de acuerdo con los procesos actuales o los cambios que se van a introducir.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

FANNCOR S.A obtendrá los siguientes beneficios por la implementación de medidas de protección ambiental:

- Calidad en su producto y su proceso productivo.
- Reconocimiento en el cantón por ser una empresa que contribuye al medio ambiente.
- Genera valor agregado a la empresa

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las principales acciones en la política de protección ambiental serán:

- Optimización de los servicios básicos (agua, luz) utilizados en la empresa.
- Donación de los residuos de la fruta, como abono a los agricultores del cantón.
- Campaña de reciclaje del envase del producto.
- Reutilizar y reciclar todo tipo de desecho generado en cada actividad.

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Se asegurará la implementación de las políticas de calidad ambiental a través de las siguientes estrategias:

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Comunicación a cada uno de los empleados y obreros de las políticas ambientales de la empresa.
- Adquisición de implementos especiales para la recolección de los desperdicios del proceso, para donarlos como abono.
- Uso eficiente de los recursos naturales, como el agua, además de los residuos de la operación productiva.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Los estándares de calidad ambiental tienen como finalidad el control, medición y preservación del medio ambiente.

Ante esto el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Milagro rigiendo bajo el Plan Nacional Del Buen Vivir desarrolló estándares de calidad que deben cumplir toda persona natural o jurídica al momento de empezar actividades mercantiles:

- Es prioridad ante cualquier intervención o acción, garantizar la sustentabilidad de los recursos y la calidad ambiental del cantón.
- Los procesos de cambio en el uso del suelo se los atenderá y adecuará en función del interés común, procurando su utilización racional en armonía con la función social de la propiedad a la cual le es inherente una función ecológica, buscando el desarrollo sustentable
- Todo tratamiento que se desarrolle en áreas urbanas del cantón Milagro, deberá enmarcarse bajo el concepto “Ciudad Jardín”

(MI Municipalidad de Milagro, 2012)

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Bajo estos estándares y políticas internas de protección ambiental, FANNCOR busca comprometerse también desarrollar un modelo de desarrollo sustentable, para la preservación del medio ambiente.

6.3.6. Procesos de control de calidad

El control de calidad se lo realizará desde el momento en que se reciben las materias primas y en cada uno de las etapas del proceso productivo, procurando la optimización de recursos, con el fin de garantizar un producto óptimo para su consumo y la preservación del medio ambiente.

6.3.7. Trazabilidad

Las materias primas tendrán un control de recepción a través de una ficha técnica, la cual además de especificar las características en las que se encuentran, la transformación que ha sufrido, temperatura, etc. También existirá una casilla donde se determinará el nivel de impacto ambiental para determinar la acción adecuada para su tratamiento en caso de considerarse desperdicio.

6.3.8. Logística Verde

FANNCOR S.A tendrá como acciones de logística verde lo siguiente:

- En la parte externa de la empresa un área verde pequeña en la que a más de decoración buscará sembrar las semillas de la fruta que quedan como residuos.
- Además tiene contemplado la adquisición de contenedores de reciclaje para los desechos de la empresa.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Debido a la ubicación de la empresa y los puntos de comercialización se podrá en ocasiones distribuir los productos caminando, esto servirá como medida de protección ambiental y reducción de gastos.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

La empresa no obtendrá la certificación ISO 14000 en el inicio de sus operaciones, en lo posterior deberá desarrollar un plan ambiental acorde al crecimiento institucional en caso de querer aplicar a esta certificación.

6.3.10. Presupuesto


No se incurrirá en gastos de la política ambiental, dado que no se utilizará certificaciones ni licencias al inicio de las operaciones de la empresa.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Se detallan las acciones de la planeación del modelo empresarial de la empresa FANNCOR S.A

Tabla 27: Planeación Responsabilidad Social



Planificación Del Modelo De Responsabilidad Social	
Cientes	Acciones
Internos	Seguridad Laboral, Cumplimiento de Beneficios Laborales, Comunicación abierta entre gerentes y obreros.
Externos	Calidad de servicio, información complementaria sobre el beneficio del producto, Producto de calidad, fortalecimiento relación consumidor-empresa

Elaborado Por: El Autor

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

La implementación de acciones en el modelo de responsabilidad social de FANNCOR S.A son las siguientes:

Tabla 28: Beneficios De Las Acciones Proactivas

Planificación Del Modelo De Responsabilidad Social	
Cientes	Beneficios
Internos	.Correcto desempeño de los trabajadores. .Actuar en función institucional. .Mayor productividad.
Externos	.Fidelización de Clientes. .Vinculación con los clientes. .Mejorará la imagen corporativa de la empresa.

Elaborado Por: El Autor

6.4.3. Políticas de protección social

A continuación se presentan las políticas de protección social que regirán a la empresa

Tabla 29: Políticas De Protección Ambiental

Planificación Del Modelo De Responsabilidad Social	
Clientes	Políticas
Internos	Ofrecerles un ambiente laboral agradable y seguro, abierto a sus opiniones, con el objetivo de que se sientan parte de la empresa.
Externos	Brindarles un producto y servicio de calidad, con el fin de fidelizar a los clientes.

Elaborado Por: El Autor

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Será deber del administrador y los supervisores asegurar el cumplimiento de las políticas de responsabilidad social, para mantener satisfechos a los clientes internos como externos.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Tabla 30: Estándares Responsabilidad Social

Estándares Responsabilidad Social			
Clientes	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
Interno	Desarrollar comunicación laboral, que beneficie a los trabajadores y fomente el sentido de pertenencia a la empresa.		
Externo	Vincular a los clientes, a través de la vinculación con la colectividad local, contribuyendo al desarrollo de la misma.		

Elaborado Por: El Autor

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

6.4.6. Procesos de controles sociales

Bajo el código de ética de FANNCOR S.A se resolverá cualquier conflicto social que llegase a suscitar y quien tomará las decisiones pertinentes será el gerente general.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

FANNCOR S.A no entrará en el proceso para adquirir la certificación ISO 26000 en los primeros años de sus operaciones.

6.4.8. Presupuesto

No se incurrirán en gastos de certificación y otros gastos de responsabilidad social.

6.5. Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico

A continuación se muestra el mapeo estratégico y la matriz del Balance ScoreCard.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Tabla 31: Balance ScoreCard



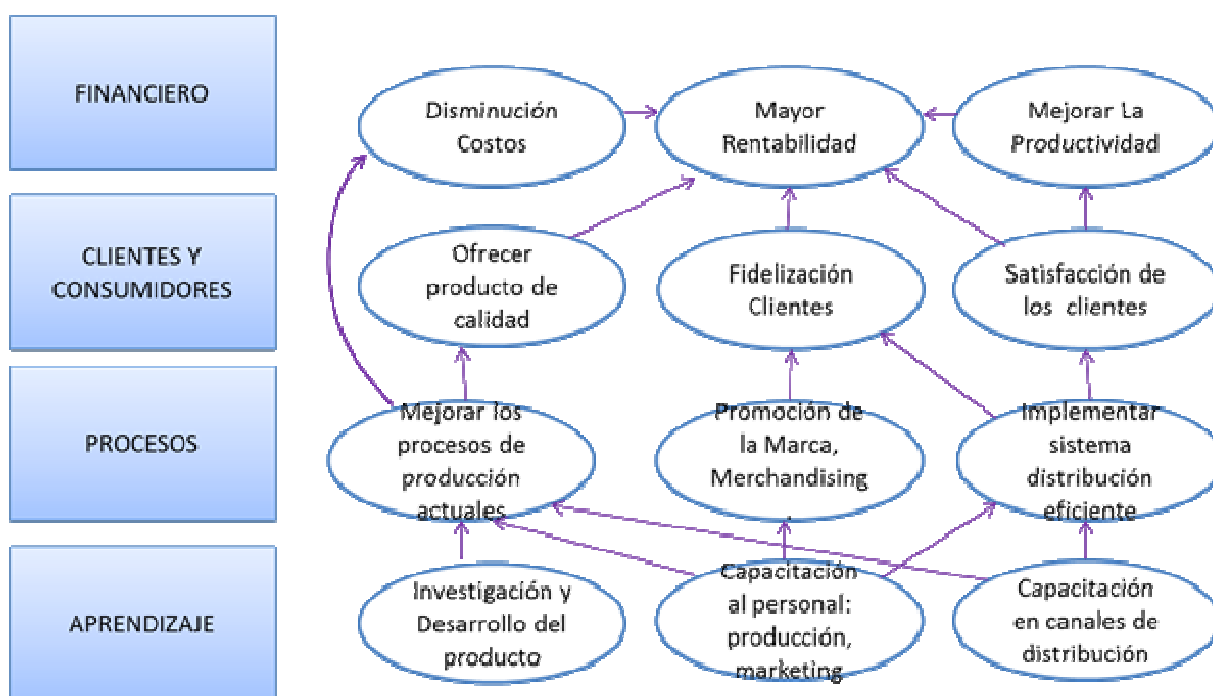
Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas
Financieras	Disminución de costos	Incremento de ingresos	3%	Plan de reducción de costos Aumentar volumen de ventas Implementar, revisar y controlar mejoras
	Mayor rentabilidad	ROI	10%	
	Mejorar productividad	Tiempo de cada proceso	75%	
Cliente	Ofrecer producto de calidad	Satisfacción de los consumidores	100%	Mayor publicidad Superar expectativas, personalización, gestionar quejas Estudio de mercado
	Fidelización de clientes	Consumidores frecuentes	70%	
	Satisfacción de los clientes	Nivel de agrado del producto	90%	
Interna	Mejorar procesos de producción	Reducción de desperdicios	45%	Plan de mejoramiento de procesos Plan de penetración de mercado Plan de seguimiento, evaluación y mejora
	Mayor promoción de marca, merchandising	Aumento de clientes	60%	
	Implementar sistema de distribución	Tiempo de entrega de productos	30%	
Aprendizaje	Investigación y desarrollo del producto	Innovación de productos de la competencia	10%	Incremento de presupuesto en I&D Aumento de capacitaciones Aumento de capacitación en canales de distribución
	Capacitación al personal	Conocimiento del producto	15%	
	Capacitación en canales de distribución	Demoras en tiempo de entrega	15%	

Elaborador Por: El Autor

Ilustración 24: Mapa Estratégico

Visión

Ser la primera opción de compra de los clientes, al momento de adquirir pulpa de frutas, en el cantón Milagro, con un modelo de gestión sustentable y sostenible.



Elaborado Por: El Autor

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

El plan operativo ha sido expuesto durante todo el capítulo, por lo que este numeral ya no aplica.

CAPÍTULO 7

PLAN FINANCIERO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial se compone de los recursos necesarios que necesita la empresa para empezar sus operaciones, como maquinarias, materia prima, permiso, etc. A continuación se detalla la inversión en la que debe incurrir FANNCOR S.A.

Tabla 32: Inversión Inicial



Inversión Inicial Fija		
Descripción	Total	Porcentaje
Vehículo		
Total Vehículos	\$ 18.000,00	40%
Muebles		
Total Muebles	\$ 2.537,00	6%
Equipo de Computación		
Total Equipo De Computación	\$ 2.969,60	7%
Materiales De Producción		
Total Maquinas y equipos	\$ 8.997,00	20%
Total Inversión Fija	\$ 32.503,60	71%
Activos Diferidos		
Gastos Preoperativos		
Total Inversión Diferida	\$ 3.612,37	8%
Otros	\$ 500,00	1%
Capital de Trabajo (3 meses de Costos variables)	\$ 8.851,00	19%
Total Inversión Corriente	\$ 9.351,00	21%
Total Invesrsión Incial	\$ 45.466,97	100%

Elaborado Por: El Autor

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

La inversión fija de FANNCOR S.A comprende de la compra de máquinas para el proceso productivo, muebles, equipos de computación y vehículo para la distribución del producto.

Tabla 33: Inversión Fija



Inversión Inicial Fija			
Descripción	Cantidad	Precio	Total
Vehículo			
Camioneta	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Total Vehículos		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Muebles			
Escritorios	4	\$ 67,00	\$ 268,00
Sillas	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Muebles	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Archivadores	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Telefono	2	\$ 47,00	\$ 94,00
Aire Acondicionado	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Sillas Blancas	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total Muebles		\$ 1.214,00	\$ 2.537,00
Equipo de Computación			
computer(laptop)	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00
Resma de Papel	2	\$ 4,80	\$ 9,60
Impresora multifunciones	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Total Equipo De Computación		\$ 784,80	\$ 2.969,60
Materiales De Producción			
Maquina (mezcladora)	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Refrigeradores	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Medidor Grados Brix	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Balanza	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Empaque	20000	\$ 0,15	\$ 3.000,00
Selladora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Mesas para cortar (acero inoxidable)	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Cajon para enfriamiento(acero inoxidable)	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Repisas (acero Inoxidable)	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Guantes quirurgicos (caja 100 unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Mandiles	8	\$ 10,00	\$ 80,00
botas (par)	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Mascarillas (100 unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Gorros (caja 100unidades)	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Fundas de Plástico (100)	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Cucharones	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Tachos Basura(Contenedores)	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Jarras	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Mesas con lavaderos (acero inoxidable)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Instalaciones (Agua, luz, aire)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total Maquinas y equipos		\$ 4.029,15	\$ 8.997,00
Total Inversión Fija			\$ 32.503,60

7.1.1.2. Diferida

FANNCOR S.A invertirá también en activos diferidos los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 34: Inversión Diferida

Activos Diferidos			
Gastos Preoperativos			
Investigación de Producto	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Market research	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Gastos De Constitución	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Registro Sanitario	1	\$ 294,00	\$ 294,00
Código De Barra GS1	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Maketing De Lanzamiento	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Registro De Marca (IEPI)	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Obtención Del RUC	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Permiso de funcionamiento (MSP)	1	\$ 9,00	\$ 9,00
Gastos de Instalación	1	\$ 604,37	\$ 604,37
Patente Municipal (GAD Milagro)	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Seguros Contra Robo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Seguro Contra Incendio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Permiso De Bomberos	1	\$ 205,00	\$ 205,00
Total Gastos Preoperativos		\$ 3.612,37	\$ 3.612,37
Total Inversión Diferida		\$ 3.612,37	\$ 3.612,37

Elaborado Por: El Autor

7.1.1.3. Corriente

La inversión Corriente de la empresa, está proyectada en base al capital de trabajo y la cuenta de varios, en la cual se contemplan rubros pequeños como: insumos de oficina, limpieza, etc.

Tabla 35: Inversión Corriente

Activo Corriente			
Total Inversión Diferida		\$ 3.612,37	\$ 3.612,37
Otros		\$ 500,00	\$ 500,00
Capital de Trabajo (3 meses de Costos variables)		\$ 8.851,00	\$ 8.851,00
Total Inversión Corriente			\$ 9.351,00

Elaborado Por: El Autor


7.1.2. Financiamiento de la Inversión

La inversión inicial de FANNCOR S.A es de \$ 45.654,00, la misma que será financiada por dos fuentes, interna y externa.

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

El financiamiento interno está dividido entre los accionistas de la empresa, y corresponde al 20% de la inversión inicial. Como se lo detalla en la siguiente tabla.

Tabla 36: Financiamiento Interno



Propiedad Accionaria		
Accionistas	Capital	Porcentaje
Juan Fariño	2273,35	25%
Enrique Fariño	2273,35	25%
Fernando Fariño	2273,35	25%
Fernando Fariño	2273,35	25%
Total	9093,39	100%

Elaborado Por: El Autor

En cuanto a la fuente externa será financiada con un préstamo al Banco De Fomento, quien es la entidad competente para préstamos menores a \$50.000, con una tasa de interés del 11%, diferido a un periodo de cinco años, ejercicio reflejado en el siguiente punto.

7.1.2.2. Tabla de Amortización

A continuación se observa la tabla de amortización del préstamo a realizar en el Banco De Fomento, como financiamiento externo de la inversión inicial de la empresa.

Tabla 37: Amortización del Préstamo



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Periodo	Saldo Inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo Final
1	\$ 36.373,57	\$ 790,85	\$ 457,43	\$ 333,42	\$ 35.916,15
2	\$ 35.916,15	\$ 790,85	\$ 461,62	\$ 329,23	\$ 35.454,53
3	\$ 35.454,53	\$ 790,85	\$ 465,85	\$ 325,00	\$ 34.988,68
4	\$ 34.988,68	\$ 790,85	\$ 470,12	\$ 320,73	\$ 34.518,56
5	\$ 34.518,56	\$ 790,85	\$ 474,43	\$ 316,42	\$ 34.044,13
6	\$ 34.044,13	\$ 790,85	\$ 478,78	\$ 312,07	\$ 33.565,35
7	\$ 33.565,35	\$ 790,85	\$ 483,17	\$ 307,68	\$ 33.082,19
8	\$ 33.082,19	\$ 790,85	\$ 487,60	\$ 303,25	\$ 32.594,59
9	\$ 32.594,59	\$ 790,85	\$ 492,07	\$ 298,78	\$ 32.102,52
10	\$ 32.102,52	\$ 790,85	\$ 496,58	\$ 294,27	\$ 31.605,95
11	\$ 31.605,95	\$ 790,85	\$ 501,13	\$ 289,72	\$ 31.104,82
12	\$ 31.104,82	\$ 790,85	\$ 505,72	\$ 285,13	\$ 30.599,10
13	\$ 30.599,10	\$ 790,85	\$ 510,36	\$ 280,49	\$ 30.088,74
14	\$ 30.088,74	\$ 790,85	\$ 515,04	\$ 275,81	\$ 29.573,70
15	\$ 29.573,70	\$ 790,85	\$ 519,76	\$ 271,09	\$ 29.053,95
16	\$ 29.053,95	\$ 790,85	\$ 524,52	\$ 266,33	\$ 28.529,42
17	\$ 28.529,42	\$ 790,85	\$ 529,33	\$ 261,52	\$ 28.000,09
18	\$ 28.000,09	\$ 790,85	\$ 534,18	\$ 256,67	\$ 27.465,91
19	\$ 27.465,91	\$ 790,85	\$ 539,08	\$ 251,77	\$ 26.926,83
20	\$ 26.926,83	\$ 790,85	\$ 544,02	\$ 246,83	\$ 26.382,81
21	\$ 26.382,81	\$ 790,85	\$ 548,91	\$ 241,84	\$ 25.833,81
22	\$ 25.833,81	\$ 790,85	\$ 554,04	\$ 236,81	\$ 25.279,77
23	\$ 25.279,77	\$ 790,85	\$ 559,12	\$ 231,73	\$ 24.720,65
24	\$ 24.720,65	\$ 790,85	\$ 564,24	\$ 226,61	\$ 24.156,40
25	\$ 24.156,40	\$ 790,85	\$ 569,42	\$ 221,43	\$ 23.586,99
26	\$ 23.586,99	\$ 790,85	\$ 574,64	\$ 216,21	\$ 23.012,35
27	\$ 23.012,35	\$ 790,85	\$ 579,90	\$ 210,95	\$ 22.432,45
28	\$ 22.432,45	\$ 790,85	\$ 585,22	\$ 205,63	\$ 21.847,23
29	\$ 21.847,23	\$ 790,85	\$ 590,58	\$ 200,27	\$ 21.256,65
30	\$ 21.256,65	\$ 790,85	\$ 596,00	\$ 194,85	\$ 20.660,65
31	\$ 20.660,65	\$ 790,85	\$ 601,46	\$ 189,38	\$ 20.059,19
32	\$ 20.059,19	\$ 790,85	\$ 606,97	\$ 183,88	\$ 19.452,22
33	\$ 19.452,22	\$ 790,85	\$ 612,54	\$ 178,31	\$ 18.839,68
34	\$ 18.839,68	\$ 790,85	\$ 618,15	\$ 172,70	\$ 18.221,52
35	\$ 18.221,52	\$ 790,85	\$ 623,82	\$ 167,03	\$ 17.597,71
36	\$ 17.597,71	\$ 790,85	\$ 629,54	\$ 161,31	\$ 16.968,17
37	\$ 16.968,17	\$ 790,85	\$ 635,31	\$ 155,54	\$ 16.332,86
38	\$ 16.332,86	\$ 790,85	\$ 641,13	\$ 149,72	\$ 15.691,73
39	\$ 15.691,73	\$ 790,85	\$ 647,01	\$ 143,84	\$ 15.044,72
40	\$ 15.044,72	\$ 790,85	\$ 652,94	\$ 137,91	\$ 14.391,78
41	\$ 14.391,78	\$ 790,85	\$ 658,93	\$ 131,92	\$ 13.732,86
42	\$ 13.732,86	\$ 790,85	\$ 664,97	\$ 125,88	\$ 13.067,89
43	\$ 13.067,89	\$ 790,85	\$ 671,08	\$ 119,79	\$ 12.396,83
44	\$ 12.396,83	\$ 790,85	\$ 677,21	\$ 113,64	\$ 11.719,62
45	\$ 11.719,62	\$ 790,85	\$ 683,42	\$ 107,43	\$ 11.036,20
46	\$ 11.036,20	\$ 790,85	\$ 689,68	\$ 101,17	\$ 10.346,51
47	\$ 10.346,51	\$ 790,85	\$ 696,01	\$ 94,84	\$ 9.650,51
48	\$ 9.650,51	\$ 790,85	\$ 702,39	\$ 88,46	\$ 8.948,12
49	\$ 8.948,12	\$ 790,85	\$ 708,83	\$ 82,02	\$ 8.239,29
50	\$ 8.239,29	\$ 790,85	\$ 715,32	\$ 75,53	\$ 7.523,97
51	\$ 7.523,97	\$ 790,85	\$ 721,88	\$ 68,97	\$ 6.802,09
52	\$ 6.802,09	\$ 790,85	\$ 728,50	\$ 62,35	\$ 6.073,59
53	\$ 6.073,59	\$ 790,85	\$ 735,18	\$ 55,67	\$ 5.338,42
54	\$ 5.338,42	\$ 790,85	\$ 741,91	\$ 48,94	\$ 4.596,51
55	\$ 4.596,51	\$ 790,85	\$ 748,72	\$ 42,13	\$ 3.847,79
56	\$ 3.847,79	\$ 790,85	\$ 755,58	\$ 35,27	\$ 3.092,21
57	\$ 3.092,21	\$ 790,85	\$ 762,50	\$ 28,35	\$ 2.329,71
58	\$ 2.329,71	\$ 790,85	\$ 769,49	\$ 21,36	\$ 1.560,21
59	\$ 1.560,21	\$ 790,85	\$ 776,55	\$ 14,30	\$ 783,67
60	\$ 783,67	\$ 790,85	\$ 783,67	\$ 7,18	\$ (0,00)

7.1.3. Cronograma de Inversiones

Se realizarán los trámites preoperativos de la empresa, coordinados a través de un cronograma de inversiones establecido, el cronograma se lo detalla en la siguiente tabla.



Tabla 38: Cronograma De Inversiones

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Gastos De Constitución	\$ 900,00			\$ 900,00
Registro Sanitario	\$ 284,00			\$ 284,00
Código De Barra GS1	\$ 170,00			\$ 170,00
Maketing De Lanzamiento	\$ 680,00			\$ 680,00
Registro De Marca (IEPI)	\$ 125,00			\$ 125,00
Obtención Del RUC	\$ 25,00			\$ 25,00
Permiso de funcionamiento (MSP)		\$ 8,00		\$ 8,00
Gastos de Instalación		\$ 604,27		\$ 604,27
Permiso De Bomberos		\$ 110,00		\$ 110,00
Seguros Contra Robo		\$ 100,00		\$ 100,00
Seguro Contra Incendio		\$ 50,00		\$ 50,00
Compra De Muebles, Equipos de Computo			\$ 5.505,00	\$ 5.505,00
Compra De Maquinas, equipos.			\$ 9.887,00	\$ 9.887,00

Elaborado Por: El Autor

7.2. Análisis de Costos

En el presente numeral se darán a conocer los costos en los cuales incurrirá la empresa.

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos de FANNCOR S.A necesarios para su funcionamiento son los siguientes:

Tabla 39: Costos Fijos



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Gastos	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS					
Sueldos y salarios	\$ 53.084,80	\$ 64.085,90	\$ 69.212,78	\$ 74.749,80	\$ 80.729,78
Otros Gastos Administrativos y de ventas	\$ 15.215,86	\$ 15.672,34	\$ 16.142,51	\$ 16.626,78	\$ 17.125,58
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
Amortizaciones	\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47
Depreciaciones	\$ 5.733,37	\$ 5.733,37	\$ 5.733,37	\$ 4.753,40	\$ 4.753,40
Marketing	\$ 9.090,00	\$ 10.362,60	\$ 11.813,36	\$ 13.467,23	\$ 15.352,65
Gastos preoperativos	\$ 3.612,37	\$ 1.434,79	\$ 1.265,65	\$ 1.303,62	\$ 1.342,73
Total Gastos administrativos y de ventas	\$ 88.058,88	\$ 98.629,47	\$ 105.526,68	\$ 112.278,95	\$ 120.701,93

Elaborado Por: El Autor

Los sueldos y salarios son los beneficios de ley que tienen los empleados y obreros de la empresa, los cuales todos recibirán un sueldo mensual, para los incrementos en las proyecciones de este rubro se utilizó una tasa de crecimiento del 8% que es la variación que han sufrido los sueldos desde el año 2012.

Los gastos administrativos y de ventas están contemplados entre otros los servicios básicos, e impuestos especiales que la empresa debe pagar como el impuesto a vehículos motorizados. Además se contemplan los gastos de promoción de la empresa, necesarios para el posicionamiento de la misma.

7.2.2. Costos Variables

7.2.2.1. Costos de Producción

Los costos provenientes del proceso de producción son, la materia prima principal en este caso la fruta, el costo de los empaques y etiquetas reglamentadas.

Tabla 40: Costos De Producción



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Producto	Costo Unit.	Costo Unit. Mas desperdicio	Cantidad Diaria	Costo Diario. Mas desperdicio	Costo Mensual Mas desperdicio	Costo Anual Mas desperdicio
Pulpa De Guanábana	0,45	0,47	206	\$ 97,34	\$ 2.141,37	\$ 25.696,44
Envase	0,12	0,13	206	\$ 25,96	\$ 571,03	\$ 6.852,38
Etiquetas	0,05	0,05	206	\$ 10,82	\$ 237,93	\$ 2.855,16
Total Costos Variables	0,62	0,65		\$ 134,11	\$ 2.950,33	\$ 35.403,98

Elaborado Por: El Autor

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

Los costos de operación de la empresa fueron mencionados en el punto anterior, siendo el mismo que los de producción, aumentando el costo de distribución de los productos que en este caso sería el combustible, que será de \$40 mensuales con el mantenimiento del mismo y las máquinas, contemplando \$200 dólares mensuales para reparaciones, reflejados en los gastos administrativos.

7.3.2. Costos Administrativos

Los costos Administrativos de FANNCOR S.A son, los sueldos de los trabajadores, los servicios básicos, seguros.

Tabla 41: Costos Administrativos

Gastos	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS					
Sueldos y salarios	\$ 53.084,80	\$ 64.085,90	\$ 69.212,78	\$ 74.749,80	\$ 80.729,78
Otros Gastos Administrativos y de ventas	\$ 15.215,86	\$ 15.672,34	\$ 16.142,51	\$ 16.626,78	\$ 17.125,58
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
Marketing	\$ 9.090,00	\$ 10.362,60	\$ 11.813,36	\$ 13.467,23	\$ 15.352,65

Elaborador Por: El Autor

7.3.3. Costos de Ventas

Los gastos de ventas de la empresa se mencionan a continuación.

Tabla 42: Gastos De Ventas


Gastos De Ventas	2014	2015	2016	2017	2018
Marketing	\$ 9.090,00	\$ 10.362,60	\$ 11.813,36	\$ 13.467,23	\$ 15.352,65
Investigación y Desarrollo	\$ 200,00	\$ 206,00	\$ 212,18	\$ 218,55	\$ 225,10

Elaborado Por: El Autor

7.3.4. Costos Financieros

Debido al préstamo que se realizará para el inicio de las operaciones de FANNCOR S.A la empresa tendrá los siguientes gastos financieros, a cinco años con una tasa del 11%.

Tabla 43: Gastos Financieros



GASTOS FINANCIEROS	2014	2015	2016	2017	2018
Intereses	\$ 3.715,72	\$ 3.047,50	\$ 2.301,96	\$ 1.470,15	\$ 542,08


Elaborado Por: El Autor

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

FANNCOR S.A comercializará su producto de pulpa de guanábana a través de las dos tiendas detallistas identificadas con mayor concurrencia en el cantón Milagro, ante lo expuesto se presenta a continuación el precio determinado para la comercialización del producto y su respectivo margen

Tabla 44: Mark up y Márgenes



Mark Up		Margen	
Precio \$	2,47	Mark Up \$	1,82
Costo De Venta \$	0,65	Precio \$	2,47
Mark Up	1,82	Margen	74%

Elaborado Por: El Autor

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

En la siguiente tabla se detallan los ingresos en función de la proyección de ventas y los costos variables proyectados, con una tasa de crecimiento anual de los 2 últimos años del 14%.

Tabla 45: Proyección Ventas y Costos Variables.



Estado De Resultados Proyectado						
Ventas		2014	2015	2016	2017	2018
Pulpa De Guanábana		\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Total De Venta		\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Costos Variables		\$ 35.403,98	\$ 41.571,36	\$ 48.813,09	\$ 57.316,33	\$ 67.300,83
Utilidad Bruta		\$ 99.131,16	\$ 116.399,80	\$ 136.676,65	\$ 160.485,72	\$ 188.442,33

Elaborado Por: El Autor

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

FANNCOR S.A cuenta con una capacidad instalada al 100% que le permite producir 444 productos diarios, sin embargo se utilizará el 50% de su capacidad debido a la cantidad de producción que se determinó diariamente de 206 productos. Una vez que la empresa se desarrolle y obtenga mayor demanda se utilizará paulatinamente el total de su capacidad de producción.

Tabla 46: Capacidad Instalada



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Producto	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Pulpa De Guanábana	206	4532	54384
Envase	206	4532	54384
Etiquetas	206	4532	54384

Elaborado Por: El Autor

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

Los puntos de equilibrio en cantidades físicas y monetarias que FANNCOR S.A debe vender mensualmente son los siguientes.

Tabla 47: Punto De Equilibrio.



Costos Fijos Mensuales	\$ 5.691,72
Precio	\$ 2,47
Costos Variables	\$ 0,65
Punto De Equilibrio Cantidad Mensual	3127,32
Punto DE Equilibrio Dolares Mensuales	\$ 7.724,48

Elaborado Por: El Autor

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre es aquel en el que los ingresos cubren exactamente los costos variables de forma que las pérdidas son iguales a los costos fijos. Cuando el precio desciende por debajo del nivel en el que los ingresos son iguales a los costos variables, la empresa minimiza sus pérdidas cerrando (Mochon, 2005), para evitar esta situación FANNCOR S.A ha establecido un Mark up de 280% el mismo que le permite alcanzar su punto de equilibrio y ganancias en el ejercicio.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

FANNCOR S.A se registrará bajo las normas de las entidades competentes en el ámbito tributario y fiscal, que son: el Servicio De Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia De Compañías.

7.5.1. Planificación Tributaria

Se realizarán los pagos de impuestos, establecidos en los reglamentos de la Ley Orgánica De Régimen Tributario del SRI.

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

La Superintendencia de Compañías es la entidad reguladora de las personas jurídicas, a la cual se debe entregar la información financiera de la empresa, en el primer cuatrimestre de cada año, de acuerdo a la Ley de Codificación. De igual forma el SRI es una entidad que se encarga de recaudar los tributos internos establecidos por la ley. (SRI, 2000)


7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

FANNCOR S.A reducirá su carga fiscal con las depreciaciones de sus activos fijos y las amortizaciones de sus activos diferidos, Se podrá observar en el Estado De resultado en puntos posteriores.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta para personas jurídicas según la Ley Orgánica De Régimen Tributario es del 22%, el impuesto a la renta anual se lo detalla a continuación.

Tabla 48: Impuesto a la Renta



Estado De Resultados Proyectado						
		2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Antes De Impuestos E Intereses		\$ 6.253,08	\$ 12.514,40	\$ 24.520,80	\$ 39.726,13	\$ 57.118,58
(-) Impuestos	22%	\$ 1.375,68	\$ 2.753,17	\$ 5.394,58	\$ 8.739,75	\$ 12.566,09
Utilidad Neta		\$ 4.877,40	\$ 9.761,23	\$ 19.126,23	\$ 30.986,38	\$ 44.552,49

Elaborado Por: El Autor

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Las pulpas de frutas congeladas o no, y en cualquier tipo de envase son productos exentos del cobro del IVA, a diferencia de los néctares que si han sido sometidos a cambios en las propiedades de las frutas.

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

El impuesto a los consumos especiales es un impuesto que gravan ciertos productos y servicios como cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otros. (SRI, 2000) Para la presente propuesta no aplica, debido a la naturaleza del negocio.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Patente municipal y permiso de La Empresa Publica Cuerpo De Bomberos De Milagro fueron contemplados en la inversión inicial.

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

La comercialización del producto es local, por lo que es punto no aplica al proyecto.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este punto no aplica a ninguna etapa del negocio por lo que no se desarrollará.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este punto no aplica al negocio, debido a que no se realizará ninguna transacción comercial en el exterior.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

FANNCOR S.A presupuesto la obtención de un vehículo para la distribución del producto a las tiendas donde se comercializará el mismo, por lo que anualmente deberá pagar el impuesto de vehículos motorizados, que será determinado de acuerdo a la base imponible establecida por la Ley Orgánica De régimen Tributario. El valor a pagar está reflejado en los gastos administrativos de la empresa, con un valor de \$ 260 sobre su fracción básica y \$159 sobre su excedente, dando un total de \$419,96.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

La empresa no posee tierras mayores a 25 hectáreas en áreas rurales por lo que este numeral no aplica al proyecto.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

En la siguiente tabla se muestra el balance general inicial con el que empezará la empresa y las proyecciones del mismo.

Tabla 49: Balance General Proyectado



Balance General						
Balance Inicial	2014	2015	2016	2017	2018	
Activos Circulantes						
Caja/Banco	9351,00	14909,76	24684,15	43077,98	71520,19	127248,13
Total Activos Circulantes	9351,00	14909,76	24684,15	43077,98	71520,19	127248,13
Activos Fijos						
Muebles y Enseres	2537,00	2537,00	2537,00	2537,00	2537,00	2537,00
Equipos De Computación	2969,60	2969,60	2969,60	2969,60	2969,60	2969,60
Equipos De Operación	8997,00	8997,00	8997,00	8997,00	8997,00	8997,00
Vehículo	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00
(-) Depreciación Acumulada	0,00	5733,37	11466,74	17200,10	21953,50	26706,90
Total Activos Fijos	32503,60	26770,23	21036,86	15303,50	10550,10	5796,70
Activos Diferidos						
Gastos Preoperativos	3612,37	3612,37	3612,37	3612,37	3612,37	3612,37
(-) Amortización Acumulada	0,00	722,47	1444,95	2167,42	2889,90	3612,37
Total Activos Diferidos	3612,37	2889,90	2167,42	1444,95	722,47	0,00
Total Activos	45466,97	44569,89	47888,43	59826,42	82792,76	133044,82
Pasivos						
Pasivos A Largo Plazo						
Prestamo Bancario	36373,57	30599,10	24156,40	16968,17	8948,12	0
Total Pasivos	36373,5748	30599,0969	24156,4032	16968,1685	8948,12	0
Patrimonio						
Capital Social	9093,39	9093,39	9093,39	9093,39	9093,39	23741,09
Utilidad Del Ejercicio	0	4877,40	9761,23	19126,23	30986,38	44552,49
Utilidades Retenidas	0	0	4877,40	14638,64	33764,86	64751,24
Total Patrimonio	9093,39	13970,79	23732,03	42858,26	73844,64	133044,82
Total Pasivos + Patrimonio	45466,97	44569,89	47888,43	59826,42	82792,76	133044,82

Elaborado Por: El Autor

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Se presenta en la siguiente tabla el estado de pérdidas y ganancias de FANNCOR S.A

Tabla 50: Estado De Pérdidas y Ganancias



Estado De Resultados Proyectado						
		2014	2015	2016	2017	2018
Pulpa De Guanábana		\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Total De Venta		\$ 134.535,14	\$ 157.971,16	\$ 185.489,74	\$ 217.802,05	\$ 255.743,17
Costos Variables		\$ 35.403,98	\$ 41.571,36	\$ 48.813,09	\$ 57.316,33	\$ 67.300,83
Utilidad Bruta		\$ 99.131,16	\$ 116.399,80	\$ 136.676,65	\$ 160.485,72	\$ 188.442,33
(-) Gastos Administrativos y De Ventas		\$ 88.058,88	\$ 98.629,47	\$ 105.526,68	\$ 112.278,95	\$ 120.701,93
(-) Gastos Financieros		\$ 3.715,72	\$ 3.047,50	\$ 2.301,96	\$ 1.470,15	\$ 542,08
Utilidad Antes De Repartición Utilidades		\$ 7.356,56	\$ 14.722,83	\$ 28.848,00	\$ 46.736,62	\$ 67.198,33
Pago de utilidades	15%	\$ 1.103,48	\$ 2.208,42	\$ 4.327,20	\$ 7.010,49	\$ 10.079,75
Utilidad Antes De Impuestos E Intereses		\$ 6.253,08	\$ 12.514,40	\$ 24.520,80	\$ 39.726,13	\$ 57.118,58
(-) Impuestos	22%	\$ 1.375,68	\$ 2.753,17	\$ 5.394,58	\$ 8.739,75	\$ 12.566,09
Utilidad Neta		\$ 4.877,40	\$ 9.761,23	\$ 19.126,23	\$ 30.986,38	\$ 44.552,49

Elaborado Por: El Autor

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Se presenta el detalle del flujo de caja proyectado a cinco años, en el último periodo se contempla la recuperación del capital de trabajo y los activos.

Tabla 51: Flujo De Caja Proyectado



Flujo De Caja						
Inversión Inicial		2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Neta		\$ 4.877,40	\$ 9.761,23	\$ 19.126,23	\$ 30.986,38	\$ 44.552,49
Amortizaciones		\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47	\$ 722,47
Depreciaciones		\$ 5.733,37	\$ 5.733,37	\$ 5.733,37	\$ 4.753,40	\$ 4.753,40
Capital De Trabajo						\$ 8.851,00
Recuperación De Activos						\$ 5.796,70
Pago De Capital		\$ 5.774,48	\$ 6.442,69	\$ 7.188,23	\$ 8.020,05	\$ 8.948,12
Flujo Neto	\$ -45.466,97	\$ 5.558,77	\$ 9.774,38	\$ 18.393,83	\$ 28.442,21	\$ 55.727,94
Flujo Des contado	\$ -45.466,97	\$ 4.919,26	\$ 7.654,78	\$ 12.747,85	\$ 17.444,14	\$ 30.246,89

Elaborado Por: El Autor

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Para determinar la Tasa Mínima Aceptable Requerida, que es del 13%, se tomó en cuenta la inflación, el riesgo país y la tasa pasiva.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

7.6.2.1.1.2. VAN

El Valor Actual Neto de FANNCOR S.A es \$ 27.545,95

7.6.2.1.1.3. TIR

La Tasa Interna De Retorno De la empresa es del 28,33%, siendo mayor que la Tasa Mínima Requerida, demostrando la rentabilidad del negocio.

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

FANNCOR S.A recupera completamente su inversión inicial al cuarto año con 8 meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Para el análisis de sensibilidad se eligieron escenarios de +10% y -10% lo que representa un aumento y disminución en cada una de las siguientes variables, ventas, materia prima, gastos administrativos y gasto de venta. En los siguientes puntos se describen los cambios que tienen el TIR y el VNA con los aumentos y disminución de las variables.

7.7.1. Productividad

Tabla 52: Variación En Ventas



TIR	31,16%	28,33%	25,50%
VNA	\$ 30.300,55	\$ 27.545,95	\$ 24.791,36
PAYBACK	4,3	4,9	5,2

Elaborado Por: El Autor

7.7.2. Precio Mercado Local

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.3. Precio Mercado Externo

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.4. Costo de Materia Prima

Tabla 53: Variación Costo Materia Prima



TIR	25,94%	28,33%	30,81%
VNA	\$ 24.786,65	\$ 27.545,95	\$ 30.896,65
PAYBACK	5,4	4,9	4,3

Elaborado Por: El Autor

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa


No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.9. Gastos Administrativos

Tabla 54: Variación Gastos Administrativos




TIR	24,43%	28,33%	32,55%
VNA	\$ 22.356,21	\$ 27.545,95	\$ 30.896,65
PAYBACK	5	4,9	4,6

Elaborado Por: El Autor

7.7.10. Gastos de Ventas

Tabla 55: Variación Gastos De Ventas



TIR	27,87%	28,33%	28,71%
VNA	\$ 27.807,16	\$ 28.434,61	\$ 29.062,06
PAYBACK	4,7	4,9	4,8

Elaborado Por: El Autor

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.


7.8. Balance General

El balance general proyectado se encuentra en el inicio del capítulo financiero.

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

Tabla 56: Liquidez




		2014	2015	2016	2017	2018
Liquidez Corriente	Activo corriente					
	Pasivo corriente	0,49	1,02	2,54	7,99	0,00

Elaborado Por: El autor

7.8.1.2. Gestión

Tabla 57: Gestión




		2014	2015	2016	2017	2018
Gestión	Ventas Netas					
	Activos Totales	3,02	3,30	3,10	2,63	1,92

Elaborado Por: El autor

7.8.1.3. Endeudamiento

Tabla 58: Endeudamiento




Endeudamiento	Pasivo total	2014	2015	2016	2017	2018
Nivel de Endeudamiento	Activo Total	0,67	0,54	0,35	0,15	0,00

Elaborado Por: El autor

7.8.1.4. Rentabilidad

Tabla 59: Rentabilidad



Margen de utilidad sobre las ventas	Utilidad neta	2014	2015	2016	2017	2018
	Ventas netas	4%	6%	10%	14%	17%
Margen bruto de utilidad	Ventas- Costos de ventas	2014	2015	2016	2017	2018
	Ventas	74%	74%	74%	74%	74%
Rendimientos sobre activos	Utilidad Neta	2014	2015	2016	2017	2018
	Activos Totales	22%	5%	2%	1%	0%

Elaborado Por: El autor

7.9. Conclusión Financiera

Luego de realizar la evaluación financiera de los costos, ingresos y gastos que tendrá FANNCOR S.A, se puede determinar que el proyecto es viable financieramente.

La empresa solicitará un préstamo con una tasa del 11% a 5 años, el cual lo puede cubrir con sus ingresos.

La inversión se la recuperará en un periodo de cuatro años 8 meses, además la propuesta del proyecto logra una TIR de 28,33% superando la tasa exigida al proyecto.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Por último, a través de los indicadores financieros muestran una empresa estable que puede cubrir sus gastos, préstamo bancario, además cubrirá sus obligaciones con su capital humano, lo podrá realizar con los ingresos provenientes de su actividad comercial, dejando aun una utilidad neta que permita a la empresa continuar en sus funciones y cumple con la expectativa de los accionistas.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

La procesadora y comercializadora de guanábana FANNCOR S.A implementará el siguiente plan de contingencia, en caso de suscitarse adversidades internas como externas, que pongan en riesgo las operaciones de la empresa.

8.1.1. Principales riesgos

Se detallan a continuación los principales riesgo que afectarían las operaciones de FANNCOR S.A

Ilustración 25: Principales Riesgos



Elaborado Por: El Autor

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

El gerente general tendrá la obligación de reunirse mensualmente con sus colaboradores, con el fin de evaluar las actividades de la empresa y verificar si FANNCOR S.A está teniendo alguno de los riesgos mencionados anteriormente, los cuales se evaluarán bajo la siguiente tabla de niveles de riesgos

Tabla 60: Niveles De Riesgo

Riesgo	Impacto	Nivel
Ventas menores al 30%	Catastrófico	5
Quejas por el 45% de los productos comercializados		
Daños en el proceso de producción 25%		
Incremento Costo Materia Prima 15%		
Ventas menores al 50%	Moderado	3
Quejas por el 45% de los productos comercializados		
Daños en el proceso de producción 20%		
Incremento Costo Materia Prima 8%		
Ventas menores al 80%	Bajo	1
Quejas por el 2% de los productos comercializados		
Daños en el proceso de producción 5%		
Incremento Costo Materia Prima 3%		

Elaborado Por: El Autor

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Diariamente el gerente de producción y general deberán revisar todos os proceso que implican la comercialización del producto, para asegurar las políticas internas y estándares externos que el producto demande para su elaboración.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

Se detalla en los siguientes puntos la planeación de la respuesta del riesgo de la empresa.

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

FANNCOR S.A monitoreará el riesgo mediante los siguientes indicadores:

Tabla 61: Monitoreo y Control De Riesgos

Riesgo	Indicador	Responsable	Riesgo
Ventas bajas	Bajos ingresos mensuales	Todos	Alto
Quejas por los productos comercializados	Reuniones y encuestas de satisfacción con los clientes	Todos	Alto
Proceso Productivo Deficiente	Inspección Diaria del Gerente	Todos	Medio
Incremento Costo Materia Prima	Informes de precios en el mercado y reuniones con proveedor	Todos	Medio

Elaborado Por: El Autor

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Para mitigar el impacto de los riesgos detectados toda las evaluaciones se las realizarán mensualmente, con el objetivo de observar la situación de la empresa en periodos cortos, en caso de una situación especial se realizará una reunión antes de lo programado.

8.2.3. Reporte del riesgo

En caso de suscitarse un inconveniente, este se deberá comunicar al gerente general para que este comunique a todos los colaboradores de la empresa y determinar la mejor solución posible para el problema.

8.2.4. Estrategias de Salida

Las estrategias extremas de salidas en caso de presentarse un evento mayor, que afecte la rentabilidad y operaciones de la empresa, son:

- Venta de la empresa a una con mejores condiciones
- Liquidación de los activos de la empresa

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Disolución de la empresa.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

FANNCOR S.A busca formar alianzas estratégicas con empresas, que contribuyan al desarrollo de FANNCOR S.A posicionándola en el mercado, que a su vez generará mejores rendimientos económicos para la empresa. Además de extender la línea de productos de la empresa, además a continuación se presentan acciones correctivas de los posibles riesgos de mayor impacto.

Tabla 62: Acciones Correctivas



No.	Descripción	Categoría	Determinación del Riesgo		(Escala)	(Escala)	Mitigación	Plan Contingencia
			Condicion	Consecuencia	Probabilidad	Impacto		
1	Quejas del producto	Ciente	Mala calidad de producto	Disminución de ventas	4	5	Revisión de proceso de producción	Aumentar inversión (automatización)
2	Ventas bajas	Financiero	Disminución en las ventas	Baja utilidad	5	4	Revisión de proyección de ventas	Campaña de marketing, promoción
3	Proceso de producción deficiente	Ambiente operacional	Personal no capacitado	Baja calidad en el producto	4	4	Revisión del proceso de producción actual	Capacitación al personal
4	Incremento de costo materia prima	Financiero	Incremento precio de la fruta	Reducción de márgenes	4	5	Negociación proveedor	Nuevos proveedores

Elaborado Por: El Autor

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

Luego de realizar el estudio técnico y financiero del presente proyecto se puede determinar que:

- El proyecto es viable financieramente, genera una Tasa De Retorno De La inversión del 28,33%, aun en escenarios pesimistas el proyecto sigue siendo rentable, en un periodo de recuperación de la inversión de 4 a 5 años.
- Existe un mercado potencial grande el cual está dispuesto a consumir el producto, además existe una oportunidad mayor al tratarse del cantón Milagro, debido a que el mercado de pulpa de frutas aún se encuentra en crecimiento, lo que es beneficioso para el posicionamiento de un nuevo producto o marca.
- Se recopiló los datos necesarios para generar información acertada sobre la demanda existente de productos naturales, como lo es la pulpa de guanábana, generando una gran oportunidad para introducir un nuevo producto al mercado de la agroindustria en el cantón Milagro.
- El consumo de frutas en el cantón Milagro está en un gran porcentaje vinculado al conocimiento de las propiedades que brindan las mismas, por lo que la guanábana se ajusta a esta tendencia, debido a que tiene propiedades beneficiosas para la salud y el concepto del producto tuvo una gran aceptación.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Los accionistas de la empresa decidieron crear un negocio pequeño que ofrezca una tasa de rentabilidad considerable, que cubra sus costos fijos y variables, y obtengan utilidades del mismo.
- Finalmente, luego de una investigación de mercado exhaustiva se concluye que el proyecto es factible y económicamente viable.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

Una vez que se determinó la factibilidad del proyecto se mencionan a continuación recomendaciones para el beneficio de la empresa al momento de iniciar sus operaciones y futuras inversiones similares.

- La empresa puede ampliar la profundidad de línea de sus productos comercializando las frutas de mayor consumo, que se obtuvo en la investigación.
- Analizar la factibilidad de ofrecer el producto en una nueva presentación como lo es el frasco de vidrio, que obtuvo un porcentaje considerable en la investigación de mercado.
- Realizar una campaña de marketing más agresiva para lograr un mayor posicionamiento en el mercado, reduciendo el nivel de riesgo ante futuros competidores.
- Orientar las actividades de la empresa para adquirir certificaciones ISO, lo cual generaría un valor agregado a la empresa ante sus clientes.
- Analizar la posibilidad de comercializar el producto a nivel provincial, debido a que existen programas de desarrollo empresarial de micro emprendimientos, que fomentan toda actividad comercial.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- Finalmente se recomienda luego del quinto año de funcionamiento de la empresa, aumentar la inversión, automatizando los procesos productivos con el fin de generar mayor rentabilidad, logrando satisfacer la demanda creciente del cantón Milagro por productos naturales con valor agregado para su salud.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

(s.f.). Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de [www.educacion superior.gob.ec](http://www.educacion.superior.gob.ec)

FAO. (1993). Recuperado el 3 de Marzo de 2013, de

<http://www.fao.org/docrep/x5062S/x5062S07.htm#Hortalizas>

SRI. (2000). Recuperado el 14 de Enero de 2013, de

<http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

CadenasProductivas.Org. (2007). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de

<http://www.cadenasproductivas.org.pe/?q=node/66>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 15 de Enero de 2013, de

<http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>

Bolsa De Valores De Guayaquil. (Octubre de 2009). Recuperado el 5 de Junio de 2013, de

<http://www.mundobvg.com/autorregulacion/normativas.asp>

SaborSantander. (Octubre de 2009). Recuperado el 3 de marzo de 2013, de

http://saborsantander.blogspot.com/2009/10/introduccion3-planteamiento-del_20.html

Código de la Producción. (2010). Recuperado el 14 de Enero de 2013, de

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-la-produccion/>

INEC. (Noviembre de 2010). Recuperado el 15 de Enero de 2013, de www.inec.gob.ec/cpv/

Ministerio de Industrias y Productividad. (2010). Recuperado el 12 de Enero de 2013, de

www.industrias.gob.ec

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Procuraduría General Del Estado. (2010). Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de

http://www.pge.gob.ec/es/documentos/doc_download/196-mandatos-constituyentes.html

SINDE-UCSG. (2010). Obtenido de www.ucsg.edu.ec

Word Reference. (2010). Recuperado el 8 de Febrero de 2013, de

<http://www.wordreference.com/definicion/pulpa>

Econ. Fernando A. Bravo . (2011). Recuperado el 30 de Agosto de 2013, de

<http://dspace.universia.net/bitstream/2024/933/1/INDICADORES+DE+GESTION2011.pdf>

INIAP. (2011). Recuperado el Abril de 2013, de

http://www.iniap.gob.ec/nsite/index.php?option=com_content&view=article&id=21:floricultura&catid=6:programas&Itemid=12

Repositorio Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (2011). Recuperado el 2013, de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/437/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-3.pdf>

Camara De Industrias De Guayaquil . (2012). Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de

http://www.industrias.ec/archivos/documentos/___sector_industrial_web.pdf

Ecuadorlegalonline. (2012). Recuperado el 15 de Enero de 2013, de

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/reformas-codigo-de-trabajo-2012/>

INEC. (2012). Recuperado el agosto de 2013, de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf

La Prefectura del Guayas. (2012). Recuperado el 16 de Febrero de 2013, de

www.guayas.gob.ec/productividad

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

La Prefectura Guayas. (2012). Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de

<http://www.guayas.gob.ec/notiproductividad/prefectura-aprueba-la-creacion-del-programa-de-agroindustria-rural-par>

MAGAP. (2012). Recuperado el Mayo de 2013, de

<http://www.agricultura.gob.ec/comunicamos/>

MI Municipalidad de Milagro. (2012). Recuperado el 6 de Noviembre de 2012, de

www.milagro.gob.ec

Ministerio De Industrias Y Productividad. (2012). Recuperado el 22 de Agosto de 2013, de

<http://www.industrias.gob.ec/centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/>

Ministerio De Industrias Y Productividad. (2012). Recuperado el 25 de Agosto de 2013, de

http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Estudio_sector_alimentos_oct2012.pdf

PROECUADOR. (2012). Recuperado el 14 de Diciembre de 2012, de

www.proecuador.gob.ec

Tria4 Abogados. (2012). Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de

<http://www.tria4.com/abogados/civilistas/abogadovalencia-contratosciviles.html>

Banco Central Del Ecuador. (2013). Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de

<http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201307.pdf>

Brand Asset Valuator_ Y&R. (2013). Recuperado el 12 de Agosto de 2013, de

<http://www.brandassetvaluator.be/en/methodology/>

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Codex Alimentarius. (2013). Recuperado el 1 de Enero de 2013, de

<http://www.codexalimentarius.net/gsaonline/foods/details.html?id=67>

CreceNegocios.com. (2013). Recuperado el 8 de Febrero de 2013, de www.crecenegocios.com

Gerencie. (2013). Recuperado el 8 de Febrero de 2013, de www.gerencie.com

IICA. (2013). Recuperado el 08 de Febrero de 2013, de www.iica.int/Esp/Programas

INEN. (2013). Recuperado el 15 de Enero de 2013, de <http://www.inen.gob.ec/>

Infomedia. (2013). *Market Share De Conservas de Frutas.*

INKANAT. (2013). Recuperado el 15 de ENERO de 2013, de

<http://www.inkanat.com/es/infosalud/graviola.html>

Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual. (2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2013,

de [http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-](http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-industrial/signos-distintivos)

[industrial/signos-distintivos](http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-industrial/signos-distintivos)

Instituto Nacional De Contratación Pública. (2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de

<http://portal.compraspublicas.gob.ec/incop/obtencion-del-registro-2/>

(2013). *Investigación De Mercado.*

Procuraduría General Del Estado. (Mayo de 2013). Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de

http://www.pge.gob.ec/es/documentos/doc_download/225-codigo-del-trabajo.html

Procuraduria General Del Estado . (2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de

<http://www.pge.gob.ec/es/administrativo/procesos-de-contratacion-ano-2013.html>

Armstrong, K. &. (2008). *Fundamentos De Marketing.* Prentice Hall.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

FAO. (s.f.). Recuperado el 15 de Enero de 2013, de

<http://www.fao.org/ag/agn/fv/ffvqs?m=catalogue&i=FFVQS&lang=es&cat=1&p=BrowseResults>

Gonzales, A. (2003). Recuperado el 16 de Junio de 2013, de

<http://revistas.mes.edu.cu/greenstone/collect/repo/import/repo/20090402/0047154203412.pdf>

koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *ADMINISTRACIÓN*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos De Marketing*.

Ludeña, J. (2011). *SlideShare*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de

www.slideshare.net/elmilagro/desarrollo-agroindustrial-demilagro

Mendez, J. (2012). *mercadeo.com*. Recuperado el 2013, de

http://www.mercadeo.com/46_sobre_com_JM.htm

Mochon, F. (2005). *Economía, teoría y política*. McGraw-Hill.

Munoz, R. (Ed.). (2002). *T-ULEAM 02-2002*. Recuperado el 7 de Enero de 2013

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (1996). *Fundamentos De Marketing*.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

ANEXO 1

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Celebran el Contrato, por una parte, la compañía FANNCOR S.A., legalmente representada, en su calidad de Gerente, por Juan Fariño Cortez a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE”; por otra parte el Sr. Bartolo Cruz, portador de la cédula de ciudadanía No 0948988xxxx, Cuyo domicilio es en Milagro, Ciudadela Las Piñas por su propios y personales derechos, a quien en adelante se lo denominará “EL PROVEEDOR”.

Las partes contratantes son mayores de edad, en total goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes voluntariamente, convienen en la celebración de este contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

INTERVENIENTES

El Sr. Bartolo Cruz, en su calidad de PROVEEDOR INDEPENDIENTE, por medio de este instrumento, colaborará con la empresa en la distribución de la materia prima en este caso la fruta para su procesamiento y comercialización al mercado.

PRIMERA.-ANTECEDENTES.-

a) FANNCOR S.A., es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en el cantón Milagro cuya actividad comercial está encaminada a procesar y comercializar productos basados en la pulpa de la fruta guanábana, en la ciudad del domicilio.

b) EL PROVEEDOR, se dedica a la producción y venta de la fruta llamada guanábana, la

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

misma que es la materia prima, y base del producto que comercializará FANNCOR S.A.

SEGUNDA.- OBJETO.-

EL PROVEEDOR se compromete a proveer su producto a FANNCOR.S.A en la cantidad y estado requerido por la empresa Contratante, FANNCOR S.A

TERCERA: PLAZO.-

Este contrato estará vigente por el plazo de UN AÑO contados a partir de la fecha de suscripción del mismo. Se aclara que la comercialización no tiene el carácter de exclusiva entre las partes.

CUARTA: PROCEDIMIENTO.-

El Proveedor abastecerá de sus productos a El Contratante cada treinta días, si en caso El Contratante desee proveerse de más productos antes de la fecha de abastecimiento este tendrá que comunicar el pedido vía correo electrónico por lo menos con cinco días de anticipación, especificando el volumen a requerir.

QUINTA.- PRECIO

El Precio final de los productos tiene que ser un acuerdo entre las partes y este será el mismo que este en el mercado, el precio pactado entre El Contratante y El Proveedor será de un treinta por ciento menos que el precio final.

Una vez cada tres meses, “El Proveedor” enviará a “El Contratante” una notificación en caso de que se suscite un cambio en el precio del producto.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

SEXTA.- FORMA DE PAGO

FANNCOR se compromete a cancelar de forma inmediata la suma de dinero por la cantidad de producto requerido, en el mismo día de recepción.

SÉPTIMA.- PLAZO

La vigencia del presente contrato será de un año contado a partir de la celebración del mismo.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA

El contrato culminará habiéndose cumplido el plazo acordado en la cláusula anterior. Si no es notificado “El Contratante” por parte de “El Proveedor” con un tiempo mínimo de 15 días próximos a terminar este contrato, se renovará el mismo, por un periodo igual al establecido anteriormente.

NOVENA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Si surge un conflicto entre ambas partes, primero se buscará la mediación en el Centro de Mediación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. En el caso que no haya acuerdo, se procederá a un arbitraje.

DÉCIMA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN

Las partes contratantes aceptan y ratifican cada una de las cláusulas precedentes, por así convenir a sus legítimos intereses firmando para constancia y validez lo hacen en unidad de acto, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de Milagro, a los .. Días del mes de... Del año

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Juan Fariño Cortez

Bartolo Cruz

C. CI. No. 0929763423

C. CI. No. 0948988xxxx

Ciudad: Milagro

Ciudad: Milagro

EL CONTRATANTE

EL PROVEEDOR

(Repositorio Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2011)

ANEXO 2

FANNCOR S.A- CÓDIGO DE ÈTICA

FANNCOR S.A implementara un código de ética para lograr el correcto funcionamiento diario de la empresa a través de sus colaboradores.

Objetivo: Ser una empresa local basada en sus valores y principios que tenga como prioridad sus clientes y colaboradores en el centro de sus actividades. Además de que este código de ética establecerá los principios básicos a los que deberá regirse el comportamiento de todos los grupos de interés de FANNCOR. S.A.

Alcance: Diseñar los estándares éticos, que servirán para orientar a los colaboradores en la toma diaria de decisiones, fomentando un ambiente agradable de trabajo enmarcado en valores y principios que beneficien a todos los involucrados de la compañía.

Responsabilidades: Los colaboradores tienen la responsabilidad de promover nuevas ideas, excelente calidad de trabajo y el espíritu empresarial. Para de esta forma alcanzar los objetivos planteados en un marco de respeto y equidad.

Policita de Conducta:

- **Con los consumidores y clientes:** Los clientes formaran la base de nuestro éxito y deben ser tratados con respeto. Una de las maneras de hacerlo es a través de la oferta de un producto de excelente calidad generando confiabilidad entre los clientes y la empresa.
- **Con Accionistas y Socios:** Se deberá actuar en beneficio de los accionistas para asegurar la Integridad financiera de la Compañía, tomando decisiones financieras de la empresa, como si fueran personales.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

- **Con los Colaboradores:** Crear un ambiente de respeto y que encuentren un espacio adecuado para su desarrollo tanto en el ámbito profesional como en el personal.
- **Con los Proveedores:** Impulsar negociaciones en un marco de respeto y transparencia con el fin de conservar, relaciones fructíferas para la compañía y los proveedores.
- **Con la Competencia:** Competir en el mercado local con total transparencia y respeto en donde el único beneficiario sea el consumidor.

Ámbito de aplicación del Código de Ética.

Los Gerentes y Jefes departamentales tendrán la obligación de fomentar el código de ética de la empresa día a día, poniendo el ejemplo de las conductas y políticas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa, dejando abierto el dialogo para que los colaboradores expongan y manifiesten sus dudas sobre temas relacionados a la ética de trabajo.

ANEXO 3

FOCUS GROUP

PULPA DE GUANÁBANA

- ❖ ¿Qué frutas consumen?
- ❖ ¿Frecuencia de consumo?
- ❖ ¿En qué presentación Las consumen?:
Fruta o pulpa embazada
- ❖ ¿Estarías dispuesto a consumir pulpa de guanábana natural, en un empaque?
Si o no, sugerencias del empaque, tamaño, presentación: plástico tetra pack aséptico o vidrio con tapa, otros, etc.
- ❖ ¿Con que frecuencia la consumiría?
- ❖ ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar?

Se mostró un video del proceso para la obtención de la pulpa de guanábana luego de la tercera pregunta.

ANEXO 4

CUESTIONARIO ENCUESTA

1. ¿Qué Frutas Consume?

2. ¿En qué Presentación adquiere las frutas que consume? (RU)

Fruta Natural	1
Pulpa De Fruta	2
Néctar De Fruta	3
Zumo De Fruta	4

3. ¿En qué Lugar las adquiere? (RU)

Mercado	1
Shopping	2
Tiendas	3
Vendedores Ambulantes	4

4. ¿Conoce Ud. los beneficios que le brindan las frutas que consume?

Si

¿Cuáles? _____

No

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

5;Cuál es la frecuencia con la que consume frutas? (RU)

Una vez por semana	1
2-4 días por semana	2
4-6 días por semana	3

6;Estaría dispuesto a consumir pulpa de Guanábana natural envasada? (RU) (Mostrar Concepto)

Nada Dispuesto	1
Poco Dispuesto	2
Ni Poco Dispuesto Ni nada dispuesto	3
Dipuesto	4
Muy Dispuesto	5

7;En qué Presentación le gustaría adquirir la pulpa de guanábana? (RU)

Envase De Plástico	1
Frasco De Vidrio	2

8;Qué precio estaría dispuesto a pagar por la pulpa de guanábana en el envase de su preferencia?

EDAD:

SEXO:

ANEXO 5

PROCESO PRODUCTIVO

Adecuación: limpieza total de las instalaciones, materiales y maquinas que posee la fábrica, antes del inicio de cada proceso productivo. El proceso de desinfección se lo debe realizar con desinfectantes comunes especializados para cada área e implemento, con el fin de disminuir la proliferación de bacterias que puedan perjudicar la calidad deseada del producto.

Recepción y Selección: es el primer paso del proceso productivo, en el que se recibirán las materias primas (guanábana y empaques).

- Los empaques serán recibidos y acopiados en un espacio destinado para los mismos, el cual debe estar completamente higiénico y en constante limpieza, para evitar que se adhieran residuos a los empaques que contendrán el producto.
- La materia principal que es la fruta, se revisará al momento de llegada para ver la condición en la que se encuentran, para luego proceder al proceso productivo o en caso de que ciertas frutas deban madurarse más pasaran a un cuarto en el que serán colocadas de forma sencilla en un ambiente caliente para su maduración.

Clasificación y control de calidad: en esta etapa del proceso, una vez seleccionada las frutas se realizará, el primer control de calidad en el que se clasificará a las frutas que cumplan con las características obligatorias para el proceso productivo.

Las cuales son: la fruta deberá tener un color verde oscuro vivo sin ningún tipo de rajaduras, o golpes que sean visibles.

Un indicador de su madurez será su consistencia, la cual deberá estar en una condición blanda al tacto, puesto que las frutas que faltan por madurar son completamente duras.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Por ultimo deberán tener entre 14 y 15 grados Brix. (Es la medición de sólidos solubles en las frutas)

Limpieza y lavado: una vez que las frutas cuenten con las condiciones previas, se procederá a una desinfección rápida y sencilla, la limpieza a través del lavado de la fruta por aspersión para eliminar agentes contaminantes que pueden adherirse a la pulpa al momento del proceso de pelado o despulpamiento y que disminuyen el tiempo de vida del producto final. Este paso se lo debe realizar con agua potable y desinfectantes adecuados para las frutas.

Despulpamiento: se procede a la obtención de la fruta, una vez desinfectada y lavada la fruta, a través de un pelado sencillo con cuchillo en donde se retira la corteza o cascara de la fruta para obtener la comida o pulpa de la misma, cada fruta pesa 1kilo promedio, de la cual sirve para llenar dos fundas de su empaque de 450 gramos considerando un 5% de desperdicio.

Control de Calidad: este es el proceso en el que se deberá tener mayor cuidado al momento de realizarlo, puesto que aquí es donde se manipulará más la pulpa, para retirar las semillas.

Una vez retirada las semillas se deberá realizar un análisis sensorial, realizado por un experto, el cual se encargará observar que de la pulpa tenga una condición apta para el consumo de los clientes finales, a través de un análisis organoléptico, el cual determinará la textura, sabor, acidez y olor del producto.

Empaque y almacenamiento: en este proceso la pulpa se colocará en una marmita mezcladora, que servirá para la homogenización de las partículas de la fruta y obtenga una textura uniforme.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

Luego se verterá la mezcla en un recipiente con total higiene para luego ser colocada en los respectivos empaques, que serán sellados de forma semiautomática con una maquina selladora a presión.

El producto final, se someterá instantáneamente a un proceso de limpieza para eliminar residuos en la parte externa del empaque. Inmediatamente pasarán a una pequeña piscina con agua fría 0 grados centígrados o menos, para crear una especie de vacío en el producto, aumentando la vida útil del mismo.

Posteriormente se colocarán en refrigeradores para el proceso de congelación hasta el momento de la distribución.

Distribución: se distribuirá a las tiendas de comercialización elegidas, en hieleras para mantener el nivel de congelación de los productos, que será suficiente para garantizar el mismo, debido a la cercanía de los puntos de comercialización, aproximadamente de 4 a 5min.

ANEXO 6

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

FANNCOR S.A



CONCEPTO DEL NEGOCIO

FANNCOR S.A procesadora y comercializadora de pulpa de guanábana en el cantón Milagro, es un proyecto el cual se desarrollará debido a la tendencia creciente, por el consumo de alimentos que tengan un valor agregado para la salud del cuerpo humano, además que se lo presente en un envase práctico que facilite su consumo.

La Pulpa de Fruta es un producto 100% natural, sin aditivos químicos como: preservantes o colorantes, con el fin de mantener sus compuestos nutritivos que benefician al consumidor en su salud.

El empaque del producto será en una bolsa de plástico aséptica, con un etiquetado donde mencione las características nutricionales del producto, además de precio, nombre, y otros datos relevantes del producto.

La pulpa de guanábana de FANNCOR se la podrá adquirir en dos de las tiendas naturistas más importantes y conocidas del cantón que son: Centro Naturista Amazónica y Naturasol, ubicadas en la Calle Juan Montalvo y en la AV. Colon respectivamente.

“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

COTIZACIONES



RUC: 1791218183001

- Etiquetas impresas 10 colores
- Sistemas de impresión: Flexografía, Letterpress, y Serigrafía rotativa.
- Acabados: UV, laminado, hot & cold stamp, alto relieve
- Hardware & Software Código de Barras

PROFORMA

Cliente:	Atención:
Dirección:	Fecha: Sr. Juan Farino
Teléfono:	Fax:
Ciudad:	Vendedor: 13-09-2013

Código	Cantidad	DESCRIPCION	P. Unitario	Valor Total
		ETQ. IMPRESAS A FUL COLOR DIM: 85 x 113		
		MATRICES DE IMPRESIÓN		

Presentación:
Material:
Válidez de la Proforma:
Tiempo de Entrega:
Forma de Pago:
Esta Proforma no incluye I.V.A.



Dirección: Av. Río Amazonas 9 - 11 y Río Santiago (vía al Tingo), San Rafael
Teléfonos: 286 70 87 • 286 16 68 • 601 31 14 • 603 43 20
E-mail: info@adhinflex.com
Valle de los Chillos - Quito - Ecuador
www.adhinflex.com



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

ETIQUETA, TABLA NUTRICIONAL Y MUESTRA DE PRODUCTO.



“Propuesta Para La Creación De Una Empresa Procesadora y Comercializadora De Pulpa De Guanábana, En El Cantón Milagro, Provincia Del Guayas.”

TABLA NUTRICIONAL

VALOR NUTRICIONAL DE LA GUANABANA		
PROCIÓN (100 g.)		
Calorías		53,1-61,3
Humedad	g	82,8
Proteínas	g	1
Grasa	g	0,97
Carbohidratos	g	14,63
Fibra	g	0,79
Mineral	g	60
Calcio	mg	10,3
Fósforo	mg	27,7
Hierro	mg	0,64
Vitamina A	mg	0
Tiamina	mg	0,11
Riboflavina	mg	0,05
Niacina	mg	1,28
Ácido Ascórbico	mg	29,6

PRODUCTO

