



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA DE TESIS

Proyecto de investigación previa la
obtención del Título de Ingeniera en
Administración Financiera

**“Estudio de factibilidad para instalar una planta de bebidas de frutas cítricas
en el cantón Quevedo año 2013”**

AUTOR:

Yirli Yessenia Sánchez Carreño

DIRECTOR DE TESIS

ECO. Nivaldo Vera Valdiviezo

QUEVEDO - ECUADOR

2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR UNA PLANTA DE BEBIDAS DE FRUTAS CITRICAS EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2013”

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración Financiera.**

Aprobado:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2013

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **YirliYessenia Sánchez Carreño**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi auditoria; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

YirliYessenia Sánchez Carreño

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Eco,**Nivaldo Vera Valdiviezo** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **YirliYessenia Sánchez Carreño**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera, titulada “ESTUDIO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA INSTALAR UNA PLANTA DE BEBIDAS DE FRUTAS CITRICAS EN EL CANTÓN QUEVEDO 2013”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

...

DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por permitir estar con vida, a mi familia en general, quienes siempre me dieron su apoyo incondicional y me han incentivado a continuar con mi meta establecida.

Agradezco a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela de Economía y Finanzas, por haberme abierto las puertas, ayudarme y fortalecerme de conocimientos en mi carrera profesional cumpliendo así metas anheladas, sintiéndome realizada intelectualmente.

Mi inmensa gratitud al director de tesis el eco. Nivaldo Vera Valdiviezo que con sus sabios conocimientos me orientaron al desarrollo de mi tesis, a los catedráticos de la escuela de Administración Financiera que durante mis 5 años de estudios del tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Al Dr. Eduardo Zambrano Solórzano, por su gran ayuda y colaboración para que la continuación de mi Trabajo de Investigación sea posible.

Todas y cada una de las personas que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo fruto de mi esfuerzo y perseverancia, primeramente al ser invisible y creador de todo el universo. Dedico esta presea muy especialmente a mi madre la Sra. Narcisa Carreño Ibarra, quién me guió y aconsejó siempre guiándome por el camino del bien.

Dedico mi triunfo con todo mi corazón a ti mi Padre Terrenal, el Sr. Victoriano Sánchez Bravo, quien me inculco que para ganar hay que luchar, que para tolerar hay que perder, pero sobre todo que para tener éxitos en la vida, solo hay que ser una persona firme y sentirse triunfadora.

Se lo dedico también a mi Sr. Esposo Ronald Vásquez Barco, por su apoyo incondicional en la ejecución de mi tesis, a mi hijo Ronald Vásquez Sánchez, por ser la alegría de mi vida.

PRÒLOGO

El siguiente informe en la elaboración de un estudio de factibilidad se realizó una investigación de mercado con el fin de recolectar opiniones, gustos y otros datos específicos mediante encuestas que permitan analizar acerca de las preferencias de elegir una bebidas de frutas elaborada por una micro empresa del Cantón Quevedo; se analizó el creciente aumento sobre las preferencias de asistir a los comisariatos, bares, restaurantes por parte de la ciudadanía y se observó el enorme consumo de bebidas de diferentes características; se espera que este estudio de factibilidad proporcione datos que sirvan de guía para tomar la dedición de invertir en este proyecto.

Las actividades de investigación que la industria y las profesiones realizan crecen año tras año, los profesionales en la rama de administración financiera saben perfectamente cuál es el mejor futuro de las empresas y realizan las investigaciones necesarias para a través de los objetivos planteados sacar sus propias conclusiones.

Se ha analizado el creciente aumento en la demanda de bebidas de diferentes tipos y se espera que este proyecto de investigación proporcione datos que guíen para la toma de decisiones para emprender en este negocio.

Los resultados que se pueden llamar las **teorías de prácticas** de esta actividad consisten en un abundante conocimiento útil para la producción o profesión pertinente.

En el mundo académico la meta fundamental de la investigación es encontrar conocimiento, mientras que en las empresas lo sigue la meta del negocio que hace servicio o producto.

Un adecuado bienestar en los consumidores son ejes fundamentales que contribuyen de forma muy importante con el desarrollo humano, económico, social de un país. Los factores que condicionan la situación de bienestar pueden ser muy complejos entre ellos la comodidad.

Contribuimos a mejorar la situación cuando, todas las personas gocen en forma oportuna y permanente, del acceso a consumo de bebidas refrescantes, garantizado un estado de bienestar que contribuya a la comodidad integral de los clientes.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio ha permitido analizar la factibilidad de creación de una micro empresa que se basará en un negocio tradicional de elaboración de bebidas de frutas cítricas, a través de un nuevo concepto con características distintivas y diferenciadoras.

Las fortalezas de la empresa, estarán relacionadas con la diferenciación del producto y servicio, la diversidad de canales de distribución, liderazgo y habilidades del equipo de gestión.

Las características con las que contará la micro empresa, permitirán tener un posicionamiento destacado entre los competidores, quienes mantienen una rivalidad media alta, y una alta amenaza de ingreso de nuevos competidores ya que las barreras de entrada son bajas.

La empresa contará con personal con experiencia y conocimientos en administración de empresas y experiencias relacionadas con la dirección de personal, gestión de recursos, manejo de procesos así como las experiencias en la agricultura por existir sembríos de frutas en el Cantón.

La *misión* principal de la empresa, es la de proveer al mercado de Jugos de frutas, una posibilidad de compra inmediata, en temporadas en que no se produzca la fruta.

Los jugos de frutas tienen un amplio consumo familiar, con un beneficio nutritivo y natural, porque está elaborado de fruta totalmente nativa (ecológica), agua, azúcar, ácido cítrico, conservante y estabilizante.

Para la distribución y venta de este producto se seguirá el canal por intermediarios (que es vendido a segundos).

El sistema de negocios estará basado en la producción de los Jugos de frutas, que permita al consumidor de degustar de esta rica fruta en vitaminas y propiedades naturales medicinales si se consume con frecuencia.

El objetivo del resumen ejecutivo es que el lector tenga una visión general y sucinta del proyecto, sobre la creación de una microempresa para elaborar bebidas de fruta en el Cantón Quevedo y pueda comprender en una sola lectura en qué consiste el negocio, y que se genere interés por el proyecto.

ABSTRACTAD

This study has allowed us to analyze the feasibility of creating a micro business that will be based on a traditional business of making fruit drinks, through a new concept with distinctive features and differentiating.

The strengths of the company will be related to product and service differentiation, diversity of distribution channels, and leadership skills of the management team.

The features that tell the micro enterprise will have a prominent position among competitors, who maintain a rival ripper middle and high threat of entry of new competitors and barriers to entry are low.

The company will have staff with experience in business management knowledge and experience related to personnel management, resource management, process management and experiences in farming fruit crops exist in Canton.

The primary mission of the company is to provide the fruit juice market, a possibility of immediate purchase, in season when there is no fruit.

Fruit juices have a large family consumption, with nutritious and natural benefit, that is crafted entirely from native fruit (green), water, sugar, citric acid, preservative and stabilizer.

For the distribution and sale of this product will continue the channel intermediaries (which is sold to seconds).

The business system is based on the production of fruit juices, which enables the consumer to taste this fruit rich in vitamins and natural medicinal properties if consumed frequently.

The purpose of the executive summary is to give the reader an overview and summary of the project, creating a micro to make fruit drinks in Canton Quevedo and can understand in one reading what the business, and is generated interest in the project.

(DUBLINCORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Titulo / Tittle	M	Estudio De Factibilidad Para Instalar una Planta de Bebidas de Frutas Cítricas En El Cantón Quevedo Año 2013”.
2	Creador / Creator	M	YirliYesseniaSanchez Carreño, Universidad Tecnica Estatal de Quevedo
3	Materia / Subjet	M	Ciencias empresariales, ingeniería en administración financiera, estudio de factibilidad para instalar una planta de bebidas de frutas cítricas en el cantón Quevedo año 2013”
4	Descripción /Description	M	La presente investigación se realizo en el cantón Quevedo provincia de los ríos, con el objetivo de realizar, Estudio De Factibilidad Para Instalar una Planta de Bebidas de Frutas Cítricas En El Cantón Quevedo Año 2013”. Que beneficie a todos los sectores insatisfechos.
5	Editor / Publisher	M	FCE CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION FINANCIERA. YIRLI YESSENIA SANCHEZ CARREÑO.
6	colaborador / Contributor	O	NINGUNO
7	Fecha / Date	M	OCTUBRE 19 DEL 2012
8	Tipo / Tipe	M	Estudio De Factibilidad

9	Formato / Format	R	Doc. MS WORD 07; . Pdf.
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec/
11	Fuente / Source	O	Estudio De Factibilidad Para Instalar una Planta de Bebidas de Frutas Cítricas En El Cantón Quevedo Año 2013”.
12	Idioma /Lenguaje	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Localización: Ámbito Empresarial
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Trabajo de investigación

INDICE DE CONTENIDO

Pág.

PORTADA.....	i
HOJA DEL TRIBUNAL.....	ii
DECLARACION DE AUTORIA Y CESION DE DERECHO	iii
CERTIFICACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
PRÓLOGO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACTAD	xi
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	xiii
INDICE DE CONTENIDO	xv
INDICE DE CUADROS.....	xxii
INDICE DE GRÁFICOS	xxiv

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.	INTRODUCCIÓN.....	2
1.2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1.	Formulación del Problema.....	5
1.2.2.	Sistematización del Problema.....	5
1.3.	JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4.	OBJETIVOS.....	7

1.4.1.	Objetivo General.....	7
1.4.2.	Objetivos Especificos.....	7
1.5.	HIPOTESIS.....	8
1.5.1.	Hipotesis General	8
1.5.2.	Hipotesis Especificas	8
1.5.2.1.	Variables.....	8

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	16
2.1.1.	Definición del producto	17
2.1.2.	Analisis De La Demanda.....	17
2.1.3.	Método de Proyección	18
2.1.4.	Recolección De Fuente De Información De Fuente Primaria	19
2.1.5.	Fuente Secundaria.....	20
2.1.6.	Muestreo.....	20
2.1.7.	Analisis De La Oferta	20
2.2.	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	21
2.2.1.	Precio.....	22
2.2.2.	Comercialización Del Producto.....	23
2.3.	ESTUDIO TECNICO.....	23
2.3.1.	Tamaño Optimo Del Proyecto.....	24
2.3.2.	Localización Optima Del Proyecto	24
2.3.3.	Ingenieria Del Proyecto.....	25

2.3.4.	Proceso De Producción	26
2.3.4.1.	Balance de Materia y Energía.....	27
2.3.4.2.	Programa de Producción	27
2.3.5.	Distribución de la Planta	27
2.4.	ESTUDIO ECONÓMICO	28
2.4.1.	Objetivo Del Estudio Económico.....	29
2.4.2.	Costos.....	29
2.4.3.	Costos de Producción.....	29
2.4.4.	Costos de Administración	30
2.4.5.	Costos Financieros	30
2.4.6.	Inversión Total Inicial: Fija y Diferida	31
2.4.7.	Cronograma de Inversión	32
2.4.8.	Depreciaciones y Amotizaciones	32
2.4.9.	Capital de Trabajo.....	33
2.4.10.	Punto de Equilibrio.....	33
2.4.11.	Estado de Perdidas y ganancias	34
2.4.12.	Financiamiento. Tabla de Pago de la Deuda.....	36
2.4.13.	Balance General.....	36
2.5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	36
2.5.1.	Valor Presente Neto.....	37
2.5.2.	Tasa Interna de Retorno	37
2.6.	CONCEPTOS BÁSICOS	38
2.6.1.	Análisis De Marketing Local De Las Bebidas No Alcohólicas.....	38
2.6.2.	Evaluación por Tipo de Bebida	38
2.6.2.1.	Agua	38

2.6.2.2.	Jugos Naturales	39
2.6.2.3.	Jugos Envasados.....	39
2.6.2.4.	Hidratantes	39
2.6.2.5.	Aspectos Negativos Del Producto.....	40
2.6.3.	Variedades Comerciales.....	41
2.6.4.	Consumidor	43
2.6.5.	La Oferta.....	43
2.6.6.	El Precio	43
2.6.7.	Cadena de Distribución.....	44
2.6.8.	Planeción de las Ventas	44
2.6.9.	Estrategía de Ide Mercado.....	44
2.6.9.1.	Estrategía para el Producto	44
2.6.9.2.	Estrategía para el Precio	45
2.6.9.3.	Estrategía para la Plaza o Distribución	46
2.6.10.	Definición de Insumo	47
2.6.11.	El Cliente	47
2.6.12.	Estructura de Costo	47
2.6.13.	Situación Financiera	48
2.6.14.	Planeación y Ventas	48
2.6.15.	Variedades de Naranja Cultivada en el Ecuador	48
2.6.16.	Variedades Comerciales.....	49

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Materiales y Métodos.....	51
3.1.1.	UNIDADES DE OBSERVACIÓN	51
3.1.2.	FUENTES E INFORMACIÓN	51
3.1.2.1.	Fuentes Primarias.....	51
3.1.2.2.	Fuentes Secundarias	51
3.1.3.	instrumento De Recolección De Datos	52
3.1.4.	Recopilación de Información Empírica.....	52
3.1.5.	Descripción de la Información Obtenida	53
3.1.6.	Análisis e Interpretación de los Resultados	54
3.1.7.	Construcción del Informe de la Investigación	54

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Características Del Mercado.....	72
4.2.	Característica Del Producto	72
4.3.	Información Nutricional	72
4.4.	Proveedores.....	72
4.5.	Especificaciones Técnicas.....	73
4.6.	Atributos.....	73
4.7.	Definición De Precio	74
4.8.	Maquinaria y Equipo para el Proceso	74

4.9.	Materia Prima para el Proceso de Elaboración.....	75
4.10.	Gastos Corrientes.....	75
4.11.	Tamaño del Proyecto.....	76
4.12.	Localización.....	76
4.12.1.	Macro- localización.....	76
4.12.2.	Micro- localización.....	78
4.13.	Tecnología E Ingeniería.....	78
4.13.1.	Obra Civil.....	78
4.14.	Descripción Del Proceso De Producción.....	79
4.15.	Plan De Marketing.....	82
4.15.1.	Canales De Distribución.....	82
4.15.2.	Publicidades.....	83
4.16.	ESTUDIO FINANCIERO.....	84
4.16.1.	Plan De Inversión Y Financiamiento.....	84
4.16.2.	Activos Corrientes.....	86
4.16.3.	costos de constitución.....	87
4.16.4.	Costos De Operación.....	87
4.16.5.	Financiamiento.....	88
4.16.6.	Descripción De La Planilla De Pago del BNF.....	88
4.16.7.	Proyecciones De Estados Financieros.....	90
4.16.7.1.	Balance General Proyectado.....	90
4.16.8.	Flujo De Caja Proyectado.....	91

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES	95
5.2. RECOMENDACIONES	96

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

6.1. BIBLIOGRAFÍA	98
6.2. ANEXOS	100
6.2.1. ANEXO 1: ENCUESTAS.....	101
6.2.2. ANEXO 2: PROCESO DE BEBIDAS	104
6.2.3. ANEXO 3: TABLA DE VALORES NUTRICIONALES	105

INDICE DE CUADROS

Pág

CUADRO 1: ¿Qué Edad Tiene?	56
CUADRO 2: ¿Usted Trabaja?	57
CUADRO 3: ¿Qué Nivel de Estudio Usted Tiene?	58
CUADRO 4: ¿En Que Sector de la Ciudad Vive?	59
CUADRO 5: ¿Dónde Realiza sus Compras?	60
CUADRO 6: ¿Qué Actividad Deportiva Realiza?	61
CUADRO 7: ¿Cuáles son sus Ingresos Mensuales?	62
CUADRO 8: ¿característica de producto?	63
CUADRO 9: ¿Cuál es su bebida ideal?	64
CUADRO 10: ¿Frecuencia de consumidor?	65
CUADRO 11: ¿Aceptación de bebida exotica?	66
CUADRO 12: Demanda Actual	67
CUADRO 13: Demanda Futura.....	68
CUADRO 14: Oferta Actual.....	68
CUADRO 15: Oferta Futura	69
CUADRO 16: Demanda Insatisfecha Actual	70
CUADRO 17: Demanda Insatisfecha Futura.....	71
CUADRO 18: Indicando Las Maquinarias Y Equipo para el Proceso	74
CUADRO 19: Indicando Materia Prima.....	75
CUADRO 20: Gastos Corrientes.....	75

CUADRO 21: Indicando el Tamaño del Proyecto	76
CUADRO 22: Distribución del Producto.....	82
CUADRO 23: Resumen de Gastos Publicitarios.....	83
CUADRO 24: Inversión para el mejoramiento del local	84
CUADRO 25: Inversión de Muebles y equipos	85
CUADRO 26: Se Detalla los Costos Variables y Materiales	86
CUADRO 27: Costos Variable Inicial de bienes.....	86
CUADRO 28: Total de Activos Corrientes.....	87
CUADRO 29: Gastos para la Constitución de la Empresa	87
CUADRO 30: Indica los Costos de Operación.....	87
CUADRO 31: Tabla de Amortización	88
CUADRO 32: Indicando el Desarrollo Inicial de la inversión.....	89
CUADRO 33: Se Muestra el Balance General Proyectado.....	90
CUADRO 34: Flujo de Caja Proyectado	91

INDICE DE GRÁFICOS

Pág

GRÁFICO 1: ¿Qué Edad Tiene?	56
GRÁFICO 2: ¿Usted Trabaja?	57
GRÁFICO 3: ¿Qué Nivel de Estudio Usted Tiene?.....	58
GRÁFICO 4: ¿En Que Sector de la Ciudad Vive?	59
GRÁFICO 5: ¿Dónde Realiza sus Compras?	60
GRÁFICO 6: ¿Qué Actividad Deportiva Realiza?	61
GRÁFICO 7: ¿Cuáles son sus Ingresos Mensuales?	62
GRÁFICO 8: ¿característica de producto?.....	63
GRÁFICO 9: ¿Cuál es su bebida ideal?	64
GRÁFICO 10: ¿frecuencia de consumidor?.....	65
GRÁFICO 11: ¿Aceptación de bebida exotica?	66
GRÁFICO 12: Demanda Actual	67
GRÁFICO 13: Demanda Futura.....	68
GRÁFICO 14: Oferta Actual.....	69
GRÁFICO 15: Oferta Futura	70

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La provincia de Los Ríos se caracteriza por una abundante producción agrícola, destinada tanto al consumo interno como a la exportación; este sistema de producción genera una gran actividad comercial en la población.

Según el Instituto de Estadística y Censo (INEC) año 2010 en el Cantón Quevedo la población es de 173.575; el estudio determinó qué tan atractivo y rentable es la puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción de bebidas, de qué forma contribuye a la generación de puestos de trabajos y al desarrollo comercial e industrial de la región.

Los resultados obtenidos dieron la base para la conformación de la empresa, sirviendo como marco de investigación y proporcionaron información a las personas interesadas en el tema de forma clara y precisa, aportando propuestas y soluciones a un problema de la región como es la creación de nuevas empresas.

Además el estudio pretende estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero para que la puesta en marcha de este proyecto reduzca al

mínimo las probabilidades de fracaso en la toma de decisiones y desarrollo del proyecto.

El proyecto definirá claramente el problema a solucionar y las razones de su realización, los objetivos del mismo desarrollará una serie de estudios y análisis que permitan dar soluciones al problema.

Las políticas de inversión y las políticas económicas que hoy asumen las entidades privadas o públicas, requieren de un estudio riguroso tanto a nivel económico como a nivel social.

Con el estudio de factibilidad de este proyecto sobre la creación de una empresa para producir bebidas de frutas cítricas, se pretende, que antes de ser implementado, debe ser analizado para lograr una óptima inversión de los recursos, evaluando las ventajas y desventajas del proyecto; se determinará al costo-beneficio del proyecto para poder tomar la decisión de invertir.

La primera parte de este proyecto comprendió un estudio de mercado del producto donde se analizó la definición del producto, pasando por el análisis de la demanda y su proyección, análisis de la oferta y sus proyecciones, análisis de los precios, hasta finalizar con un estudio sobre los canales de comercialización del producto.

Al terminar esta parte se obtuvo una clara visión del mercado sobre la demanda del producto.

La segunda parte del proyecto, comprendió el análisis técnico, que implica la localización óptima del lugar, el proceso de producción y la cantidad y tipo de cada uno de los materiales, insumos y materia prima, equipo, mano de obra entre otras para la implementación de la planta para elaborar bebidas, distribución física, áreas necesarias y aspectos organizacionales.

La tercera parte consistió en un análisis económico de todas las condiciones de operación que previamente se determinarán en el estudio técnico, esto incluye determinar la inversión inicial, los costos totales, capital de trabajo, plantear el financiamiento, el estado de resultado proyectado a siete años, punto de equilibrio entre otros.

Esta parte tratará en resumen de obtener las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación financiera.

La cuarta parte del proyecto tratará sobre la inversión económico-financiera; se determinara la rentabilidad económica bajo criterios definidos como: valor presente neto (VPN), tasa interna del retorno (TIR); además se tratará también sobre un análisis del riesgo de inversión.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La importancia de realizar un estudio de factibilidad, para instalar una planta de bebidas de frutas cítricas en el Cantón Quevedo, radica en que hay muchas formas de incrementar la producción, pero muy pocas de estas formas presentan la mejor rentabilidad; Se conoce que en el Cantón Quevedo y su entorno existen espacios amplios y disponibles para instalar plantas industriales; además, existen una producción agrícola excelente y abundante, factores relevantes para llevar adelante este proyecto de bebidas.

El diagnóstico del mercado permitirá demostrar la demanda insatisfecha y a la vez identificar los equipos o la tecnología para la puesta en marcha del proyecto, así mismo es importante calcular la rentabilidad económica de la inversión.

El punto inicial de la investigación pretende realizar un análisis sobre las condiciones generales del mercado de bebidas y de la economía del mismo, siendo más específico en el comportamiento de las ventas históricas; para de esta forma cubrir la demanda insatisfecha proyectada, teniendo presente una visión estratégica y sobre todo creatividad.

La visión implico considerar la forma de identificar los equipos para no arriesgar la inversión y la creatividad; radicará en buscar las formas de incrementar la producción.

Para el éxito del proyecto se contó con el apoyo de las llamadas “cadenas productivas” las que permitieron analizar el conjunto de empresas que elaboran de materia prima, productos intermedios, productos finales y a las empresas que distribuyen el producto.

Para el proyecto de bebidas se analizó una cadena productiva desde; el proveedor de la fruta, proveedor de tapas, proveedor de insumos, proveedor de frascos, proveedor de cajas de cartón, proveedor de etiquetas, entre otras.

1.2.1. Formulación del problema

¿El estudio de factibilidad para instalar una planta de bebidas de frutas cítricas en el Cantón Quevedo permitió establecer la viabilidad comercial, técnica, organizacional, legal, ambiental, financiera y social de la inversión.

1.2.2. Sistematización del problema

¿Permitirá el estudio de mercado del proyecto, investigar la demanda insatisfecha sobre el consumo de bebidas en el Cantón Quevedo?

¿Contribuirá el estudio técnico del proyecto, verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto “bebidas”. Analizar y determinar el tamaño, los equipos y las instalaciones?

¿Permitirá el estudio Económico-Financiero, determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; conocer la rentabilidad de la inversión; el riesgo.

¿La evaluación social del proyecto permitirá hacer un análisis de la eficiencia de los impactos del proyecto; permitiendo la equidad de género sobre la generación de empleos y la distribución de los ingresos.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La necesidad de realizar investigación sobre elaboración de bebidas se debe básicamente a que antes de llevar a cabo una inversión por lo general son de largo plazo e involucran grandes sumas de dinero, esfuerzo y tiempo, implica que no se puede tomar a la ligera este tipo de decisiones, deben estar justificados por

evaluaciones que permita dar cierto grado de seguridad que se logrará recuperar lo investigado, de ahí que el proyecto debe demostrar que la inversión es “inteligente” en el sentido de que se deben basar estudios que reducen, en cierto grado, la incertidumbre.

La investigación sobre la elaboración de bebidas, pretende aportar con datos para establecer si es o no conveniente realizar la inversión, es decir disponer de todos los elementos de juicio necesario para tomar las decisiones de invertir estimando los beneficios y costos.

A través de los estudios de viabilidad, comercial, técnico y legal; además de lo organizacional de impacto ambiental se podrá recomendar la mejor opción para que el proyecto sea viable económico y financieramente que sirva a corto plazo por parte de inversionistas o emprendedores para tomar la decisión de invertir en el mercado de bebidas.

Quevedo y su entorno se caracterizan por tener una excelente producción agrícola que aportará con suficiente materia prima para el éxito de este proyecto, al mismo que permitirá a corto plazo a los inversionistas o emprendedores tomar la decisión de invertir en este campo.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la instalación de una planta para elaborar bebidas de frutas cítricas en el Cantón Quevedo año 2013.

1.4.2. Objetivos específicos

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado las bebidas.
- Diseñar la función de producción, establecer el espacio donde el proyecto pueda generar los mejores resultados y aplicar los esquemas tecnológicos.
- Establecer el flujo de beneficios que traerá el desarrollo del proyecto.
- Presentar la información financiera de manera ordenada para la evaluación del proyecto.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general:

- La factibilidad técnica, económica y financiera sobre un proyecto para instalar una planta de bebidas de frutas cítricas en el Cantón Quevedo facilitará la toma de decisiones por parte de emprendedores para poner en marcha del proyecto.

1.5.2. Hipótesis específicas:

- Existe una demanda insatisfechade bebidas de frutas tropicales en crecimiento del cantón el Quevedo.
- El establecimiento de una microempresa de bebidas de futas tropicales es una nueva propuesta rentable para invertir dinero.

1.5.2.1. Variables:

Variable independiente:

- Factibilidad técnica
- Factibilidad económica
- Factibilidad financiera

Variable dependiente

- Rentabilidad
- Emprendedores
- Inversionistas

Operacionalización de las variables

ACTIVIDAD	VERIFICACIÓN	INDICADORES	SUB-INDICADORES
<p>Variable Independiente:</p> <p>factibilidad técnica</p> <p>factibilidad económica</p>	<p>Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. Algunos aspectos que deben ponerse en claro son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Correcto funcionamiento del producto o servicio (número de pruebas, fechas...) -Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores. -Escalas de producción (es posible ampliar o reducir la producción). -Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; 	<p>Producto o servicios</p> <p>Escala de producción</p> <p>Tecnología</p>	<p>Materia prima</p> <p>Insumos</p> <p>Turnos de trabajo</p> <p>Ampliación</p> <p>Reducción</p> <p>Maquinarias</p> <p>Equipos</p> <p>Mano de obra</p> <p>Consumidores</p> <p>Proveedores</p>

<p>factibilidad financiera</p>	<p>¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel?, ¿ si existen proveedores alternativos a los seleccionados?</p> <p>Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas:</p> <p>Costos: Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables.</p> <p>Ventas: En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...)</p> <p>Sintetiza numéricamente todos los aspectos</p>	<p>Capacitación</p> <p>Costos</p> <p>Ventas</p> <p>Inversión</p>	<p>Fijos</p> <p>Variables</p> <p>Producto</p> <p>Servicio</p> <p>Precio</p> <p>Volumen</p> <p>Dinero</p> <p>Período</p> <p>Valor actual neto(VAN)</p> <p>Tasa interna de retorno (TIR)</p> <p>Relación beneficio costo</p> <p>Periodo de recuperación</p>
---------------------------------------	---	--	---

<p>Variable Dependiente:</p> <p>Rentabilidad</p>	<p>Expresada normalmente en tanto por ciento, mide la <u>capacidad</u> generadora de <u>renta</u> de los <u>activos</u> de la <u>empresa</u> o <u>capitales</u> invertidos y es independiente de la <u>estructura financiera</u> o composición del <u>pasivo</u>. Es el <u>ratio</u> o indicador que mejor expresa la <u>eficiencia económica</u> de la <u>empresa</u>. Se obtiene dividiendo el <u>beneficio</u> total anual de la <u>empresa</u> antes de deducir los <u>intereses</u> de las <u>deudas</u> o <u>coste del capital ajeno</u> por el <u>activo</u> total, multiplicado por 100. Mientras que la <u>rentabilidad financiera</u> mide la <u>rentabilidad</u> de los <u>accionistas</u> o <u>rentabilidad del capital propio</u>, la <u>rentabilidad económica</u> mide la <u>capacidad</u> generadora de <u>renta</u> de los <u>activos</u> de la <u>empresa</u>, con <u>independencia</u> de la clase de <u>financiación</u> utilizada (propia o ajena) y su <u>coste</u>. (Véase <u>Rentabilidad financiera</u> .)</p> <p>Un emprendedor es una <u>persona</u> que enfrenta, con resolución, acciones difíciles.¹ Específicamente en el campo de la</p>	<p>Renta</p> <p>Ratio</p> <p>Eficiencia económica</p> <p>Rentabilidad financiera</p>	<p>Empresa Capitales</p> <p>Beneficio Intereses</p> <p>Beneficio total anual Empresa</p> <p>Rentabilidad Capital propio Accionista</p>
--	--	--	--

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se entiende por mercado; el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es

saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.¹

Indica que el mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor y el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.

La investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, para generar perfecciones y evaluar las acciones de marketing para monitorear el desempeño y mejorar su comprensión como un proceso.²

La investigación de mercado proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, lo cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto; además indica que la investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- La recopilación de la información debe ser sistemática
- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil
- El objeto de la investigación; siempre deben tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.³

2.1.1. Definición del Producto

¹ Prieto H. Jorge 2006 Los proyectos, la razón de ser del presente Bogotá Ecos. Ediciones pág. 50

² MALHOTRA N. K. 2008 Investigación de mercados México. Pearson Educación Pág. 7

³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 13

En esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.⁴

2.1.2. Análisis de la demanda. Cómo se analiza la demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundarias de indicadores económicos etc.⁵

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción que otros o un mínimo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado, todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le impone un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.⁶

⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 13

⁵ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 16

⁶SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 81

La existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial, que debe cuantificarse a través de fuentes primarias y/o secundarias, dependiendo de la etapa en que se encuentre el proyecto y sus características particulares.⁷

2.1.3. Métodos de proyección

Los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios se conocen con cierta exactitud, si se usan técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se usan las series de tiempo, pues lo que se desea absorber es el comportamiento de un fenómeno respecto al tiempo.

Existen cuatro patrones básicos de tendencia del tiempo; la tendencia surge cuando el fenómeno tiene poca variación en largos periodos y su representación gráfica de una línea recta o curva suave; la variación estacional, que surge por los hábitos o tradiciones de la gente o por condiciones climatológicas; las fluctuaciones cíclicas, que surgen principalmente por razones de tipo económico, y los movimientos irregulares, que surgen por cualquier causa aleatoria que afecta el fenómeno.⁸

Uno de los objetivos últimos del estudio es lograr una estimación de la demanda. Esta proyección permite construir el flujo de fondos durante la vida del proyecto, estima el tamaño óptimo etc. El esfuerzo dedicado al análisis y proyección de la demanda tiene relación directa con el tipo de proyecto, el tamaño, el tipo de producto y la estructura del mercado que se piensa ocupar.⁹

⁷ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 163

⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 163

⁹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 166

Una manera de clasificar las técnicas de proyección consiste en hacerlo en función de su carácter, esto es, aplicar métodos de carácter cualitativo, modelos causales y modelos de serie de tiempo. Los modelos de carácter cualitativo se basan principalmente en opiniones de expertos.

Los modelos de pronósticos causales parten del presupuesto de que el grado de influencia de las variables que afecten al comportamiento del mercado permanece estable. Los modelos de series de tiempo se utilizan cuando el comportamiento que asume el mercado a futuro puede determinarse en gran medida por lo sucedido en el pasado, y siempre que esté disponible la información histórica de manera confiable y discreta.¹⁰

2.1.4. Recolección de fuentes de información de fuentes primarias

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.¹¹

La información primaria se obtiene mediante un método que observe el fenómeno. Puede ser realizado de manera personal o mecánica, pero también es posible adquirir los datos mediante entrevistas por correo, telefónicas, personales.¹²

2.1.5. Fuentes secundarias

¹⁰SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 90-91

¹¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 25

¹² MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 47

Las fuentes de información secundarias pueden ser internas o externas con respecto a la organización es decir son las que ya existen y se encuentran .disponibles en información, documentos, estadísticas, libros, revistas etc. Ya sea del gobierno o de la propia organización, son de utilidad para la investigación en fuentes primarias.¹³

2.1.6. Muestreo

La teoría del muestreo es compleja. Se trata de la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto. Muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto.¹⁴

El muestreo es uno de los componentes del diseño de una investigación de mercados. En la mayoría de los casos, el muestreo es el único medio factible para obtener datos en la investigación de mercado, lo que inevitablemente introduce los errores de muestreo. Sin embargo con mucha frecuencia tales errores constituyen solo una pequeña parte del total de errores de la investigación.¹⁵

2.1.7. Análisis de la oferta

El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.¹⁶

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del

¹³ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 47

¹⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 27

¹⁵ Malhotra Naresh K. Investigación de mercado Pearson Evaluación México Pág. 332-333

¹⁶ SAPAG. Nassir SAPAG. Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 55

producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc. Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.¹⁷

2.2. Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

La demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.¹⁸

La validez de los resultados de la proyección está íntimamente seleccionada con la calidad de los datos de entrada que sirvieron de base para el pronóstico. Las fuentes de información de vía más frecuente son los varios históricos oficiales de organismos públicos privados, las opiniones de expertos y el resultado de encuestas especiales entre otras.¹⁹

¹⁷ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 42

¹⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 43

¹⁹SAPAG.NassirSAPAG. Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 90

2.2.1. Precio

El precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.²⁰

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuesto). Al precio lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado²¹

Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.²²

²⁰ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 71

²¹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág.173

²² BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.44

2.2.2. Comercialización del producto

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.²³

2.3. ESTUDIO TÉCNICO

Los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende. Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación optima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.²⁴

En esta etapa se realizan aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipos, maquinarias, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que sean necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ello se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la planta.²⁵

²³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.48

²⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.74

²⁵ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 83

El estudio de la utilidad técnica evalúa si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero; es decir, calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.²⁶

2.3.1. Tamaño Óptimo del proyecto

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculan y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome el respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas. El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el proyecto de funcionamiento.²⁷

El tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.²⁸

El tamaño óptimo depende de entre otras cosas, de las economías de escala que estén presentes en un proyecto. Al estar en presencia de un mercado creciente, esta variable toma más importancia ya que deberá optarse por definir un tamaño ideal lo suficientemente grande como para que pueda responder a futuro a ese crecimiento del mercado.²⁹

2.3.2. Localización optima del Proyecto

La localización adecuada de una empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello la decisión

²⁶Sapag. Nassir Proyecto de Inversión Pearson Educación México 2007 pág. 95

²⁷ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 211

²⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.75

²⁹SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 190

acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximiza la rentabilidad el proyecto.

La decisión de la localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.³⁰

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio social). El objetivo final de este punto, es por supuesto llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta.³¹

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia.³²

2.3.3. Ingeniería del Proyecto

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del

³⁰SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 202

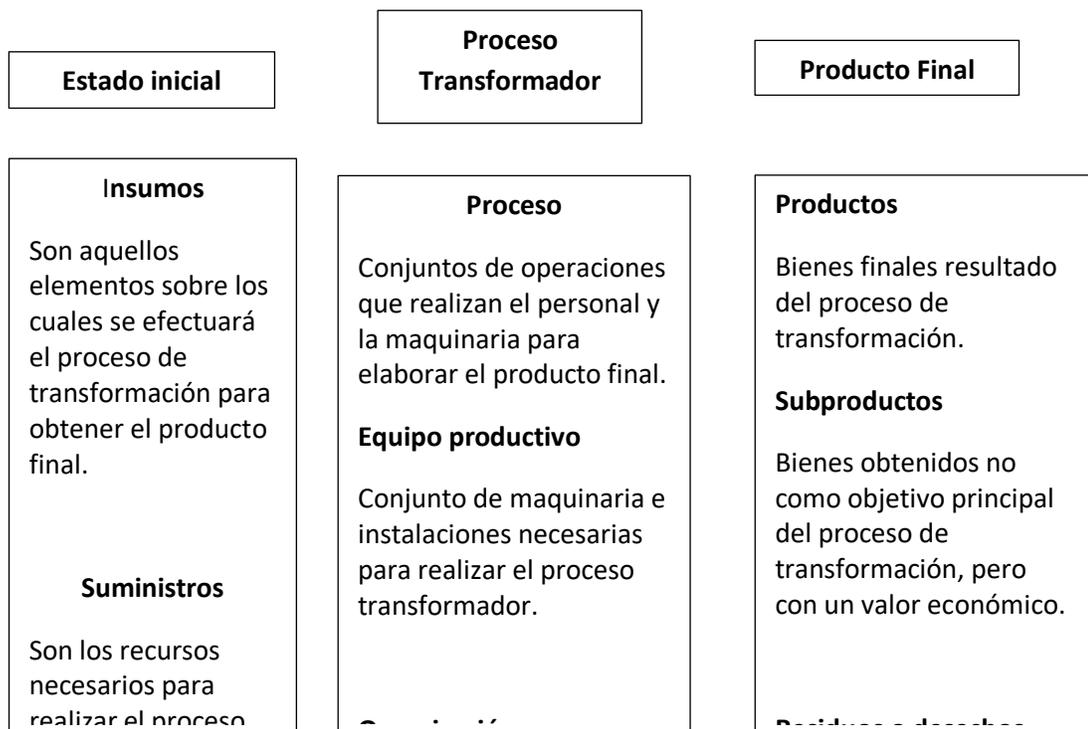
³¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.86

³² Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 222

almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, trabajo de laboratorio, empaques de productos, de obras de infraestructuras y de sistemas de distribución.³³

2.3.4. Proceso de Producción

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura; en otras palabras indica que es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.³⁴



³³ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 240

³⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.89-90

Es una serie de elementos interrelacionados conformada por tres elementos: entrada, proceso y salida. En este caso, los sistemas de producción se clasifican según el volumen y la rapidez con que se procesa los productos. Los sistemas de producción más conocidos según Morales son:

- Proceso repetitivos
- Proceso intermitentes
- Proceso por proyecto³⁵

2.3.4.1. Balance de materiales y energía

Morales manifiesta que esta herramienta de trabajo permite determinar las cantidades de materias primas y productos en proceso y terminados que entran y salen de cada uno de los centros de trabajo, también se incluye la energía que se consume durante el proceso de producción.

2.3.4.2. Programa de producción

Morales manifiesta; el empleo de este enfoque, que consta de un diagrama en el cual se enlistan todas las actividades, es útil para programar los tiempos de labor estimados en cada centro de trabajo y, en general, el tiempo que tardara el proceso de producción. A cada actividad se le asigna los tiempos estimados y los tiempos reales.

Se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.) y clasifican los distintos tipos de proceso productivos en función de su flujo

³⁵ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 99-100

productivo o de tipo de producto, teniendo en cada caso efectos distintos sobre el flujo de caja de proyecto.³⁶

2.3.5. Distribución de la planta

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores; además dice que los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio publico
- Seguridad y bienestar para el trabajador
- Flexibilidad³⁷

Las dimensiones de la planta de producción y/o de las instalaciones se expresa principalmente mediante la capacidad de producción en un periodo determinado, aunque existen otros criterios para establecerlas; por ejemplo.

La cantidad de activos de la planta, el tipo de tecnología de los equipos e instalaciones, la capacidad del personal (productividad), el volumen de ventas o de facturación, etc.³⁸

³⁶SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 145

³⁷ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 94-95

³⁸ MORALES C. Arturo2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 94

Una vez conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicios necesarias (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobra de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y donde esta cada instalación.³⁹

2.4. ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta , cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.⁴⁰

2.4.1. Objetivos del Estudio Económico

Una vez que el investigador concluye el estudio de la parte técnica, se habrá dado cuenta de que existe un mercado potencial por cubrir y que no existe impedimento tecnológico para llevar a cabo el proyecto. La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.⁴¹

2.4.2. Costo

³⁹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 260

⁴⁰ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 138

⁴¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 139

Es una palabra muy utilizada pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se la puede definir como un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro, o en forma virtual.⁴²

2.4.3. Costo de Producción

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costeo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico; los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

- Costo de materia prima
- Costos d emano de obra
- Envases
- Costos de energía eléctrica
- Costos de agua
- Combustibles
- Control de calidad
- Mantenimiento
- Cargos de depreciación y amortización
- Costos para combatir la contaminación⁴³

2.4.4. Costos de administración

⁴² BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.139

⁴³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 140, 141, 142

Los costos que provienen de realizar la administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos de gerente y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal. Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales.⁴⁴

2.4.5. Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capital es obtenido en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es administrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlos en un área específica.⁴⁵

2.4.6. Inversión total Inicial: fija y diferida

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes o propiedades de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas, y otros. Se les llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

⁴⁴BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 142

⁴⁵BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 143

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes y propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos pre operativo, contrato de servicios (luz, teléfono, internet).⁴⁶

La inversión inicial está constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.; y los activos intangibles y la inversión diferida están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, patentes de inversión , licencias , permisos, marcas, asistencia técnica, etc.⁴⁷

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles, y capital de trabajo.⁴⁸

2.4.7. Cronograma de Inversiones

El cálculo del tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable para lo cual es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación del equipo, este es simplemente un diagrama de GANTT, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con el tiempo en que se tarde tanto en instalar como poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos de forma contable.⁴⁹

2.4.8. Depreciaciones y Amortizaciones

⁴⁶BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 143

⁴⁷Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 319

⁴⁸SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 259-260

⁴⁹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 144

La depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos.

La Amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

$$D.a = \frac{V.a}{V.u}$$

$$V.r. = V.a. - D.A.$$

Dónde:

Da= Depreciación Anual

Va= Valor Actual

Vu= Vida útil

Vr= Valor Residual

DA= Deprecación acumulada⁵⁰

2.4.9. Capital de Trabajo

⁵⁰BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 144

La diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios en las empresas.⁵¹

Es la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados, y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa.⁵²

2.4.10. Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.⁵³

Es la cantidad de ingreso que igualan a la cantidad de costos y gastos en la que incurre normalmente una empresa. En el caso de los proyectos de inversión es la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos y/o servicios. Además, es necesario calcular el punto de equilibrio de cada año con el fin de conocer si las ventas proyectadas alcanzar a cubrir los costos y gastos del proyecto de inversión.⁵⁴

⁵¹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 145

⁵²Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá.Ecos Edición Pág.320

⁵³BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 148

⁵⁴ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. 203 204

En el análisis del punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones, en relación con el manejo financiero.⁵⁵

El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios.

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\left(\frac{\text{costos variables totales}}{\text{volumen total de ventas}}\right)}$$

$$\text{PEM} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

PEM=Punto de Equilibrio Monetario

CF= Costo Fijo

CV= Costo Variable

V= Ventas

2.4.11. Estado de pérdidas y ganancias

Mide las utilidades de la unidad de producción o prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingreso usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas durante el periodo; y como costos lo concerniente al costo de

⁵⁵ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición 332

producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.

Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Estado de pérdidas y ganancias⁵⁶

Cuentas	Cifras				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas					
-Costos de ventas					
= Utilidad bruta					
-Gastos de administración					
-Gastos de ventas					
=Utilidad operativa					
+Ingresos no operativos					
-Gastos financieros					
-Otros egresos					
=Utilidad antes de impuesto					
-Provisión para impuesto					
=Utilidad neta					

Es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtiene restando los ingresos todos los costos en que incurre la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, puesto que habrá que aclarar

⁵⁶ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición 334

que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos.⁵⁷

Es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado. Que los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos de utilidades.⁵⁸

2.4.12. FINANCIAMIENTO. TABLA DE PAGO DE LA DEUDA

Una empresa está financiada cuando se ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamos a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones financieras.⁵⁹

2.4.13. BALANCE GENERAL

El Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa. Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.⁶⁰

2.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

⁵⁷BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 150

⁵⁸ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 164

⁵⁹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 153

⁶⁰BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 155

La parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.⁶¹

2.5.1. Valor Presente Neto (VPN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$VPN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VR}{(1+i)^5}$$

Dónde:

VPN= Valor Actual Neto

I= Inversión

FNE= Flujo Neto de Efectivo

i=Tasa de Interés

VR= Valor residual⁶²

2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

⁶¹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 181

⁶²BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 182

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$TIR = Tm + (TM - Tm) = \left[\frac{(VAN m)}{(VAN m - VAN M)} \right]$$

Dónde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Tasa Menor o Inferior

TM= Tasa Mayor o Superior

VAN m= Valor Actual Neto Menor

VAN M= Valor Actual Neto Mayor⁶³

2.6. CONCEPTOS BASICOS

2.6.1. Análisis de Marketing local de las bebidas no alcohólicas

Las bebidas que más se suelen consumir al momento de realizar alguna actividad Física, en el orden que se detalla a continuación son:

- Aguas sin gas
- Hidratantes
- Jugos Envasados

⁶³BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 184

- Jugos Naturales
- Energizan téis
- Colas

2.6.2. Evaluación por tipo de bebida

2.6.2.1. Agua

Al agua se le atribuyen los mayores beneficios de todas las BEBIDAS

- Quita la sed
- Es natural
- Es saludable
- Se deben tomar 2 litros diarios
- Evita el envejecimiento
- Ayuda a los riñones
- Purifica

Sólo tiene como contra parte negativa la inseguridad en algunos casos de que sea pura.

2.6.2.2. Jugos naturales

Sus beneficios más destacados son:

- Es 100% natural

- “Tiene las vitaminas de las frutas”
- Tiene un sabor agradable

Por el lado negativo el principal obstáculo aun mayor Consumo es el tiempo que demanda al ama de casa su preparación, quedando relegado, usualmente, al desayuno o la merienda de frutas más consumidas son: naranja, papaya, tomate de árbol, naranjilla, frutilla, melón y limón, entre las principales. Como puede observarse los cítricos son mayoría y una constante

2.6.2.3. Jugos envasados

El principal atractivo para el consumo de este producto es: 26

- La falta de tiempo del ama de casa.
- La necesidad de consumir o dar a los hijos un producto lo más cercano posible a lo 100% natural.

Lo negativo, es el reconocimiento de la presencia de un cierto nivel de químicos, como por ejemplo los perseverantes y probablemente algún saborizantes o colorante. Sin embargo se considera como mucho más sano y natural que las colas. Los sabores más consumidos son: durazno, naranja, mora y frutilla.

2.6.2.4. Hidratantes

Las bebidas hidratantes son consumidas principalmente por una necesidad de recuperación de sales gastadas durante una actividad deportiva, esta es percibida como la situación idónea o clásica (casi es ya un estereotipo). Se señaló que podía ser consumida en un día caluroso con mucha actividad en el trabajo o en el hogar y en menor medida solo por el gusto.

La marca más consumida es Gatorade y en segundo nivel Profit. De Profit sus consumidores dijeron que era de sabor parecido al líder, pero de menor precio.

2.6.2.5. Aspectos negativos del producto

Se destacó principalmente la presencia de sustancias químicas como colorantes, saborizantes y preservantes, y el hecho de que el envase plástico “no siempre conserva el mismo sabor.

No se señaló como factor negativo espontáneo la presencia de sales o su sabor, sin embargo algunos mencionaron que por su composición no debía ser tomado en exceso, todos los días o más de una vez por día, o sin realizar una actividad física intensa porque “sino te engordas”, “te puede hacer daño a los riñones”.

Quiénes no consumen bebidas isotónicas, en su mayoría no lo hacen porque consideran éstas como artificiales y químicas. Se señala que el “el agua es suficiente y es natural”, “no gustan del sabor de los hidratantes” y consideran que “no se puede tomar en toda ocasión” “que es muy fuerte para consumir en todo momento que tienes sed”.

Es importante señalar que la mayoría de esta personas no se consideraba a si misma como deportistas en todo el sentido de la palabra por más que por ejemplo “fueran al gimnasio todos los días”.

Estas personas consideran como deportista “a quien práctica un deporte profesionalmente, como los personajes de la propaganda de Gatorade” o la persona con un “físico muy bien cuidado y que invierte mucho tiempo y esfuerzo en esto”.

La naranja es el fruto del naranjo dulce, árbol que pertenece al género Citrus de la familia de las Rutáceas. Esta familia comprende más de 1.600 especies. El

género botánico Citrus es el más importante de la familia y consta de unas 20 especies con frutos comestibles todos ellos muy abundantes en vitamina C, flavonoides y aceites esenciales. Los frutos, llamados hespérides, tienen la particularidad de que su pulpa está formada por numerosas vesículas llenas de jugo.

2.6.3. Variedades Comerciales

Naranja Dulce: Es la fruta cítrica que ha alcanzado mayor popularidad, tanto para el consumo fresco como para la industrialización de su jugo. Se conocen tres grandes grupos: comunes, sin acidez, de ombligo y pigmentadas.

Dentro de esta variedad, las principales naranjas cultivadas son:

Valencia: Es la variedad de naranja que tiene mayor demanda a nivel mundial y una de las más cultivadas en el país. Da frutos de tamaño mediano, corteza un tanto gruesa, dura y coriácea. Superficie lisa, ligeramente áspera, jugo abundante y menos de seis semillas por fruto. Se mantiene bien en el árbol después de madurar y si se riega puede llegar a reverdecer. Es de madures tardía y excelente para la industria de jugos. De todas las variedades comerciales, es la que posee el mayor rango de adaptación climática.

California (Washington Navel o Bahía): Las naranjas son grandes y de corteza gruesa. Se diferencian fácilmente de las otras por tener ombligo o fruto secundario rudimentario en la parte basal. Contienen una cantidad moderada de jugo y, por lo general ninguna semilla. Es de madurez temprana y se desprende con facilidad al madurar. Se consume como fruta fresca y no es apropiada para la industria de jugo.

Parson Brown: Esta variedad es cultivada en el país en menor escala que las anteriores tiene frutos globosos y compactos, de superficie rugosa, corteza medianamente gruesa con buen contenido de jugo de buena calidad.

Hamlin: Sus frutos son más bien pequeños, ligeramente ovalados y de corteza gruesa. Es de maduración temprana. Los árboles son relativamente pequeños.

Naranjas Ácidas: Entre las naranjas ácidas está la naranja agria, que se usaba como patrón y otras ácidas que se usan como ornamentales o para la extracción del aceite de neroli de las flores.

La naranja en Caluma

El cantón Caluma por tradición ha sido considerado como una zona potencialmente apta para el cultivo de la naranja, por las características propias del suelo, clima y por su ubicación geográfica. Existe una producción no aprovechada que se pierde inclusive en las propias plantaciones, se considera conveniente iniciar un proceso de industrialización de la naranja con valor agregado, que permita cosechar la fruta. Como resultado de esta actividad se obtuvo jugo de naranja para posteriormente producir licor de naranja no fermentado.

Al implementar este proyecto tanto por su impacto social y económico se contribuirá en un aporte importante en la búsqueda de solución de problemas económicos en la población del Cantón Quevedo

Quevedo, lugar en donde se ubicaría la planta para elaborar jugo de naranja está a una distancia aproximada de 150km. Del Cantón Caluma, en el que existe una gran producción de naranja

En la apreciación de este cuadro, podemos determinar que la Provincia de Bolívar dentro del contexto nacional es la mayor productora de naranja con el 60,3% de la producción, y dentro del contexto provincial, el cantón Caluma produce el 25% de este fruto sin considerar los incrementos acelerados

2.6.4. Consumidor

Agente económico con una serie de En [economía](#), un **consumidor** es una persona u organización que demanda [bienes](#) o [servicios](#) proporcionados por el [productor](#) o el [proveedor](#) de bienes o servicios. Es decir, es unas necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado. La legislación que defiende al consumidor se denomina [Derecho del consumo](#).

2.6.5. La oferta

En [economía](#), se define la **oferta** como aquella cantidad de bienes o servicios que los [productores](#) están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio

2.6.6. El precio

En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el [valor](#). Originalmente, la [escuela clásica](#) consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de [trabajo](#) encapsulada en la producción de una mercancía dada (ver [Teoría del valor-trabajo](#)). Posteriormente, a partir del trabajo de los [marginalistas](#), se llegó a concebir que el precio dependa de la [utilidad](#) que cada individuo asigna al bien o servicio en cuestión. Una opinión que está llegando a ser de creciente influencia, a partir del trabajo de [Piero Sraffa](#), es que el precio se determina en relación a un paquete de productos o **mercaderías básicas** o **numerario** (incluyendo el trabajo)

que son fundamentales para la producción de los bienes de todo tipo.
(ver [Producción de mercancías por medio de mercancías](#))

2.6.7. Cadena de distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los [fabricantes](#) (productores) ponen a disposición de los [consumidores](#) (usuarios finales) los [productos](#) para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución ([transporte](#) y [comercialización](#)) de [bienes](#) y [servicios](#) desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. La importancia de esta es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado.

2.6.8. Planeación de las ventas

Es un sistema de información para la gerencia de ventas que reúne información desde dentro de la compañía así como desde los clientes, proveedores y otras fuentes externas con el propósito de apoyar a la toma de decisiones de los gerentes de ventas tanto a nivel de la oficina central como a nivel de campo.

2.6.9. Estrategia de mercado

2.6.9.1. Estrategias para el producto

El [producto](#) es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al producto son:

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos.

- Incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo diseño, nuevo empaque, nuevos colores, nuevo logotipo lanzar una nueva línea de producto, por ejemplo, si nuestro producto son los jeans para damas, podemos optar por lanzar una línea de zapatos para damas.
- Ampliar nuestra línea de producto, por ejemplo, aumentar el menú de nuestro restaurante, o sacar un nuevo tipo de champú para otro tipo de cabello.
- Lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de mayor poder adquisitivo
- Incluir nuevos servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

2.6.9.2. Estrategias para el precio

El **precio** es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al precio son:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad
- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado

2.6.9.3. Estrategias para la plaza o distribución

La [plaza o distribución](#) consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán o venderán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia dichos lugares o puntos de ventas. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la plaza o distribución son:

Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio

- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros
- Productos o aumentar nuestros puntos de venta.

- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta habidos y por haber(estrategia de distribución intensiva)
- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes
- Para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva)
- Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).

2.6.10. Definición de insumo

Son los bienes y servicios que incorporan al proceso productivo las unidades económicas y que, con el trabajo de los obreros y empleados y el apoyo de las máquinas, son transformados en otros bienes o servicios con un valor agregado mayor.

2.6.11. El cliente

Cliente puede referirse a:

En economía, [cliente](#) es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el [comprador](#), y quien consume el [consumidor](#). Normalmente, cliente, comprador y

consumidor son la misma persona. El término opuesto al de "cliente" es el de "[competidor](#)".

En informática, [cliente](#) es un equipo o proceso que consume recursos y servicios brindados por otro llamado servidor, generalmente de forma remota.

2.6.12. Estructura de costos

Es una expresión muy común en los medios empresariales y gremiales, especialmente cuando se trata de discutir con el gobierno asuntos como los de la afectación de movimientos en impuestos, costos de gasolina, salario mínimo y en general, cualquier costo de un insumo de un sector empresarial.

Se define como el conjunto de las proporciones que respecto del costo total de la actividad del sector o de la empresa, representa cada tipo de costo.

2.6.13. Situación financiera

El Estado de situación financiera, también llamado balance general, es el medio que la contabilidad ha utilizado para mostrar el efecto acumulado de las operaciones que se han efectuado en el pasado. Nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como los derechos que existen sobre los mismos y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital contable.

2.6.14. Planeación y ventas

Las [técnicas](#) de [planeación](#) no consisten en predecir y en prepararse para el futuro; es ordenar los [recursos](#) para que el futuro sea favorable. Para esto, se deben controlar los acontecimientos que sean manejables y adaptar los que no lo sean. La planeación de [ventas](#) comprende siete pasos que son:

Recopilación de [información](#): el primer paso en la planeación es recopilar información acerca del problema en cuestión. Se pueden obtener [datos](#) útiles a partir de [fuentes](#) subjetivas y objetivas. Desarrollar un marco de referencia adecuado para entender un problema es una habilidad administrativa importante.

2.6.15. Variedades de naranja cultivadas en el Ecuador.

La naranja es el fruto del naranjo dulce, árbol que pertenece al género Citrus de la familia de las Rutáceas. Esta familia comprende más de 1.600 especies. El género botánico Citrus es el más importante de la familia y consta de unas 20 especies con frutos comestibles todos ellos muy abundantes en vitamina C, flavonoides y aceites esenciales. Los frutos, llamados hespérides, tienen la particularidad de que su pulpa está formada por numerosas vesículas llenas de jugo.

2.6.16. Variedades Comerciales

Naranja Dulce: Es la fruta cítrica que ha alcanzado mayor popularidad, tanto para el consumo fresco como para la industrialización de su jugo. Se conocen tres grandes grupos: comunes, sin acidez, de ombligo y pigmentadas.

Dentro de esta variedad, las principales naranjas cultivadas son: **Valencia:** Es la variedad de naranja que tiene mayor demanda a nivel mundial y una de las más

cultivadas en el país. Da frutos de tamaño mediano, corteza un tanto gruesa, dura y coriácea. Superficie lisa, ligeramente áspera, jugo abundante y menos de seis semillas por fruto. Se mantiene bien en el árbol después de madurar y si se riega puede llegar a reverdecer. Es de madures tardía y excelente para la industria de jugos. De todas las variedades comerciales, es la que posee el mayor rango de adaptación climática.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales Y Métodos

Se utilizará el método científico, el mismo que refleja las etapas del proceso de investigación secuencial, que comienza desde la definición del problema, la formulación de la hipótesis, la recolección y análisis de los datos, y la interpretación de los resultados.

3.1.1. Unidades de observación

Las unidades de observación serán las familias del Cantón Quevedo, leyes, decretos, normas. Es decir todos los elementos donde se obtendrá la información.

3.1.2. Fuentes e información

En la recopilación se utilizará dos tipos de fuentes:

3.1.2.1. Fuentes primarias

Observación, entrevista y encuestas.

3.1.2.2. Fuentes secundarias

Se trabajará con datos existentes, que se encontrarán en:

Fuentes internas, existentes en las empresas, entre otras pedidos, volumen de ventas, informe de ventas etc.

Fuentes externas, revistas, periódicos, boletines, publicación, bibliotecas e internet.

3.1.3. Instrumento de recolección de datos

Mediante el instrumento se determinará la información sobre las variables las mismas que constarán de cuatro datos:

- La instrucción de formatos para recabar la información que servirá para organizar los datos
- La codificación que sirva para presentar esto datos en un formato de recopilación de la forma más eficiente
- La recolección en sí de los datos

- Su asentamiento en el formato de recopilación de datos

Los recursos necesarios para la ejecución de la investigación son:

- Recursos humanos
- Recursos institucionales
- Recursos materiales
- Recursos técnicos
- Recursos económicos (presupuesto)

3.1.4. Recopilación de Información empírica.

Se recolectó la información mediante la utilización de instrumentos adecuados, como son las encuestas a los habitantes de Quevedo a partir de los 15 años o más de acuerdo a la problemática sobre la instalación de una planta de bebida de frutas cítricas tropicales en el cantón Quevedo.

En la investigación se utilizó un universo de 102.200 personas mayores de 15 años que correspondiente al Cantón Quevedo, según información del INEC. Censo 2010. Se aplicó la fórmula que a continuación se detalla.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * P * q}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= Universo (102.200)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z= Nivel de confianza 1.96

d= error de diseño 0.05

Muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * P * q}$$
$$n = \frac{102.200 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(102.200 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{102.200 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(102.199) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{102.200 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025(102.199) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 383$$

3.1.5. Descripción de la información obtenida

Se obtuvo la información mediante encuestas realizadas a los habitantes de Quevedo a partir de los 10 años o más los mismos que se tabularon, analizaron y se determinó las conclusiones y recomendaciones.

3.1.6. Análisis e Interpretación De Resultados

Para la elaboración del análisis e interpretación de los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios del sector comercial de Quevedo, se ejecutó mediante el uso de las técnicas de investigación, de manera que se pudo determinar el análisis e impacto sobre el posicionamiento del mercado de helados en el Cantón Quevedo. El procedimiento de la información se realizó mediante la selección y ordenamiento de los datos de las encuestas enunciadas a los habitantes del Cantón Quevedo

El ingreso de datos al cuadro estadístico se la realizó de forma ordenada, utilizando el programa Excel, cómputo de porcentajes por cada una de las preguntas tabuladas, construcción de gráficos estadísticos (circular 3D) mediante el programa Excel y luego en paint, y; el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuestas realizadas a los consumidores del cantón Quevedo.

3.1.7. Construcción del informe de la investigación

En este trabajo de investigación se obtuvo como resultado realizado sobre el posicionamiento del mercado de helados en el Cantón Quevedo, datos que sirvieron para formular una propuesta sobre la creación de una microempresa para elaborar y comercializar helados de soya.

De la investigación realizada se determina que no existe en el Cantón, Quevedo una empresa dedicada a la elaboración de este tipo de helados, lo que permite el éxito del proyecto. Para el desarrollo del proyecto de investigación se utilizó los siguientes materiales como: Computadora, Internet, USB, Hojas A4, impresiones, Copias, calculadora, esferos, lápiz.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1) ¿Qué edad tiene?

Cuadro 1: Edad

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 15 a 30 años	125	33%
De 31 a 45 años	154	40%
De 46 a 60 años	74	19%
De 61 o más	30	8%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 1



INTERPRETACION

De la primera pregunta realizada de la encuesta, el 33% de la población se encuentra entre 15 a 30 años, el 40% de 31 a 45 años, el 19% de 46 a 60 años, el 8% de 60 años y más.

2) ¿Usted Trabaja?

Cuadro 2: Trabaja

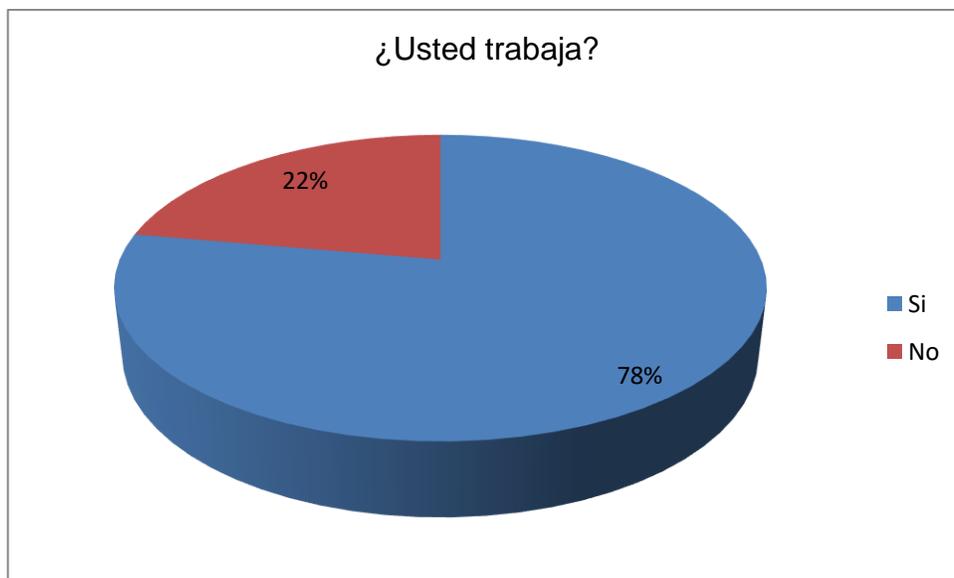
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	298	78%
No	85	22%

TOTAL	383	100%
--------------	-----	------

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 2



INTERPRETACION

De la segunda pregunta realizada de la encuesta, el 78% de la población se encuentra trabajando, el 22% no realiza ninguna actividad.

3) ¿Qué nivel de estudio tiene?

Cuadro 3: Nivel de Estudio

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Primaria	79	21%
Secundaria	158	41%
Universidad	124	32%
Posgrados	22	6%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 3



INTERPRETACION

De la tercer pregunta realizada de la encuesta, el 21% de la población tiene una instrucción primaria, el 41% nivel secundario, el 32% un nivel universitario y el 6% nivel académico de posgrado.

4) ¿En qué sector de la ciudad vive?

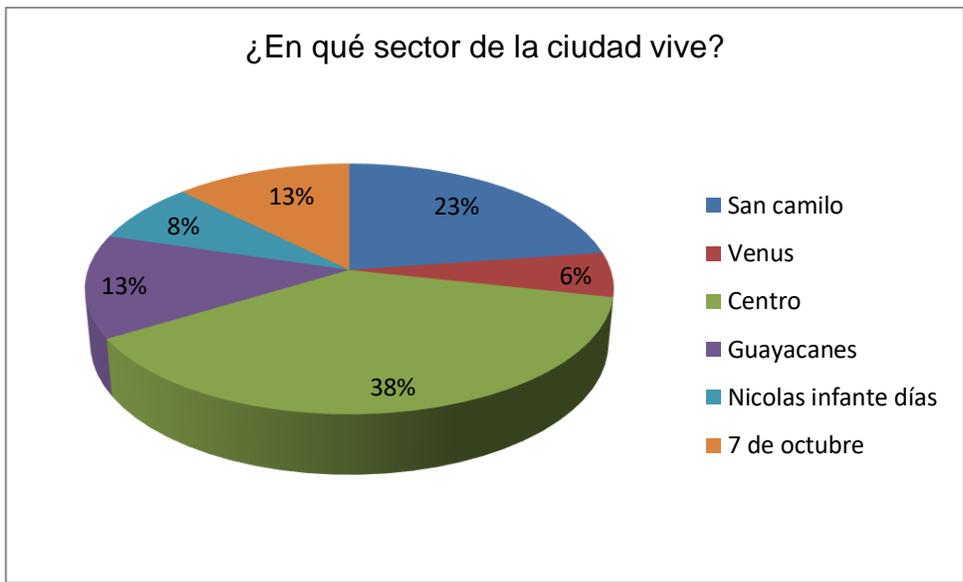
Cuadro 4: Donde Vive

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
San camilo	87	23%
Venus	22	6%
Centro	145	38%
Guayacanes	51	13%
Nicolás infante días	30	8%
7 de octubre	48	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yiri Sánchez Carreño

Gráfico 4



INTERPRETACION

De la cuarta pregunta realizada de la encuesta, el 23% en san camilo, el 6% en la Venus, el 38% en el centro, el 13% Guayacanes, el 8% Nicolás Infantería y el 13% en la parroquia 7 de Octubre.

5) ¿Dónde realiza sus compras?

Cuadro 5: Lugar de Compra

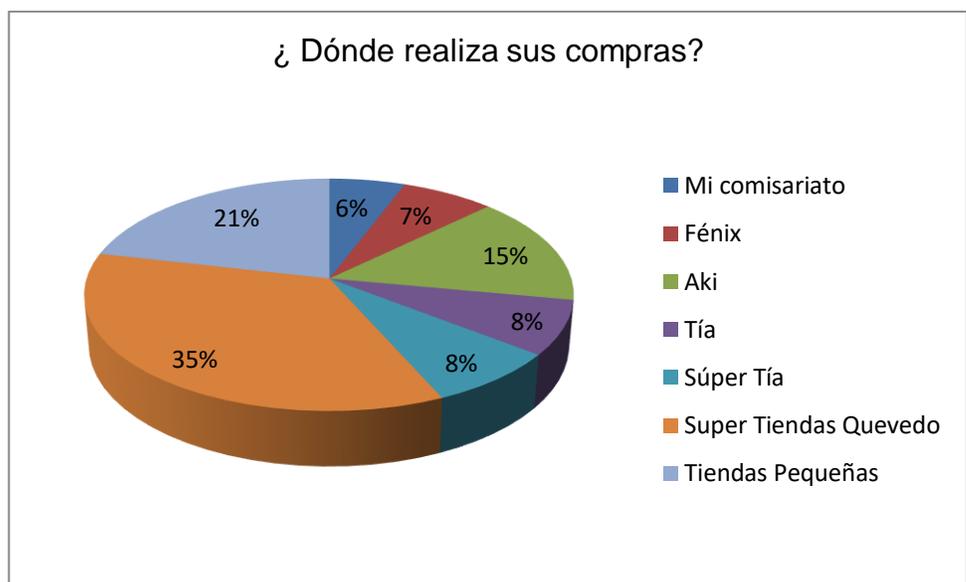
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mi comisariato	22	6%
Fénix	27	7%
Aki	58	15%
Tía	29	8%

Súper Tía	30	8%
Súper Tiendas Quevedo	135	35%
Tiendas Pequeñas	82	21%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 5



INTERPRETACION

De la quinta pregunta realizada de la encuesta, el 6% realiza sus compras en Mi comisariato, el 7% Comisariato Fénix, el 15% Tiendas Aki, 8% en el Comisariato Tía, el 8% Súper Tía, el 35% Súper tiendas Quevedo y el 21% en Tiendas pequeñas

6) ¿Qué actividad deportiva realiza?

Cuadro 6: Actividad Deportiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Básquet	115	30%
Gimnasia	78	20%
Futbol	145	38%
Ninguna	33	9%
Otra Especifique	12	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 6



INTERPRETACION

De la sexta pregunta realizada de la encuesta, el 30% realiza una actividad deportiva del Básquet, el 20% Gimnasia, 38% el Fútbol, el 3% no especifica su actividad deportiva.

7) ¿Aproximadamente cuáles son sus ingresos mensuales?

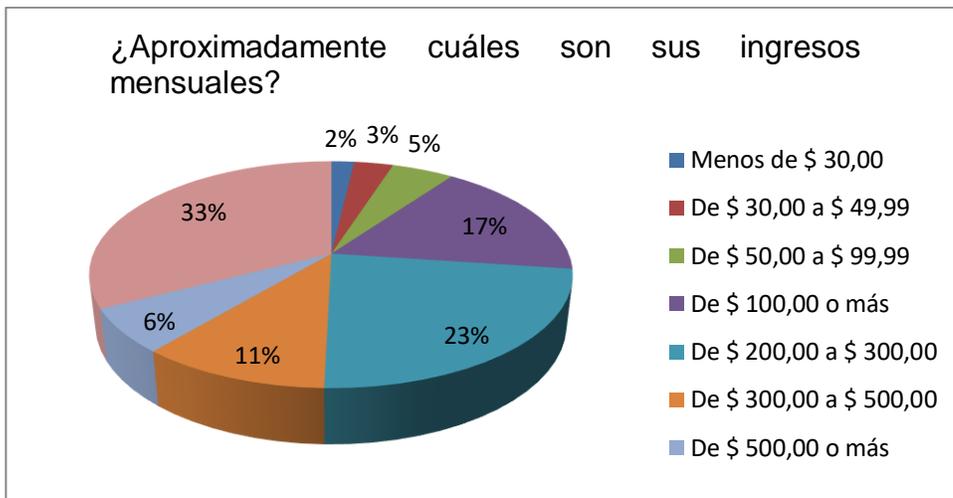
Cuadro 7: Actividad Deportiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de \$ 30,00	7	2%
De \$ 30,00 a \$ 49,99	12	3%
De \$ 50,00 a \$ 99,99	19	5%
De \$ 100,00 o más	66	17%
De \$ 200,00 a \$ 300,00	89	23%
De \$ 300,00 a \$ 500,00	41	11%
De \$ 500,00 o más	24	6%
Prefiero no responder	125	33%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 7



INTERPRETACIÓN

De la séptima pregunta realizada de la encuesta, el 2% indica que tiene un ingreso mensual menos de \$ 30.00, el 3% de \$ 30.00 a \$ 49.00, el 17% de \$ 50.00 a \$ 99.00, el 23% de \$ 200.00 a \$ 300.00, el 11% de \$ 300.00 a \$ 500.00, el 6% de \$ 500.00 a más, el 33% prefiere no responder sobre el ingreso.

- 8) ¿Ordene del 1 al 5 las siguientes características según la importancia que tiene para usted al momento de comprar una bebida. El 1 es lo más importante y 5 lo menos importante?

Cuadro 8: Características de Compras

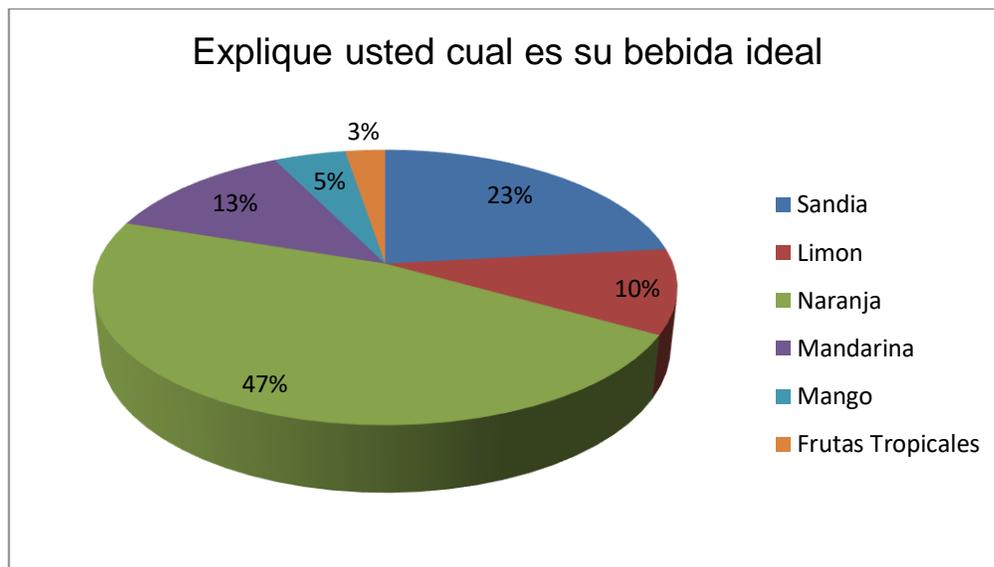
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sandia	89	23%
Limon	38	10%
Naranja	180	47%
Mandarina	48	13%
Mango	18	5%

Frutas Tropicales	10	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 8



INTERPRETACIÓN

De la octava pregunta realizada de la encuesta, el 23% prefieren que la bebida que adquieren para el consumo sean nutritivas de sandía, el 10% Limón, el 47% naranja, el 13% prefiere mandarina, el 5% Mango, el 3% Frutas tropicales.

9) ¿Explique usted cuál es su bebida ideal?

Cuadro 9: Características de Compras

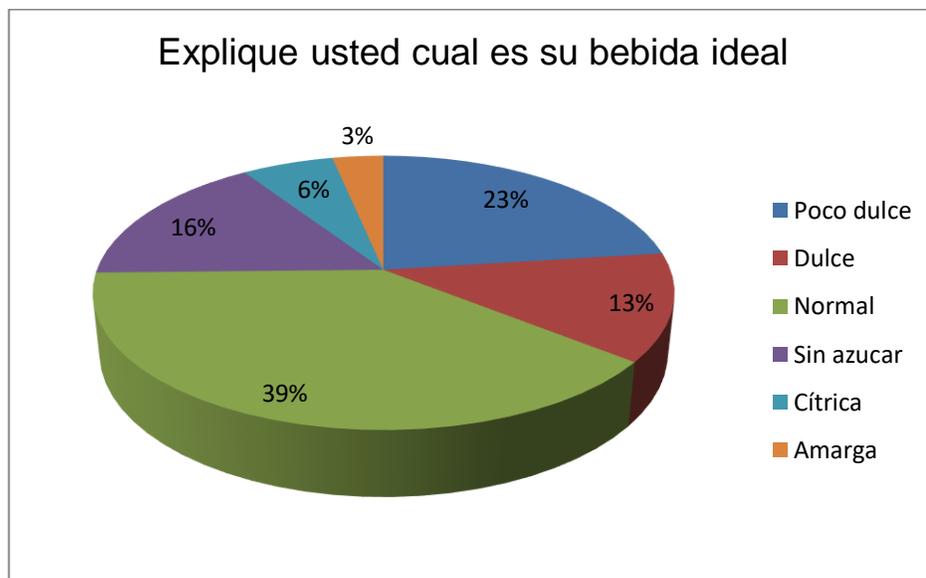
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Poco dulce	69	23%

Dulce	38	13%
Normal	117	39%
Sin azúcar	48	16%
Cítrica	18	6%
Amarga	10	3%
TOTAL	300	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 9



INTERPRETACIÓN

De la novena pregunta realizada de la encuesta, el 23% prefieren que la bebida poco dulce para el consumo sean nutritivas, el 13% bebida dulce, el 39% una bebida normal, el 16% sin azúcar, el 6% bebidas cítricas, el 3% bebida amarga para el consumo.

10) ¿Con que frecuencia le gustaría consumir bebidas de frutas diferentes a los demás?

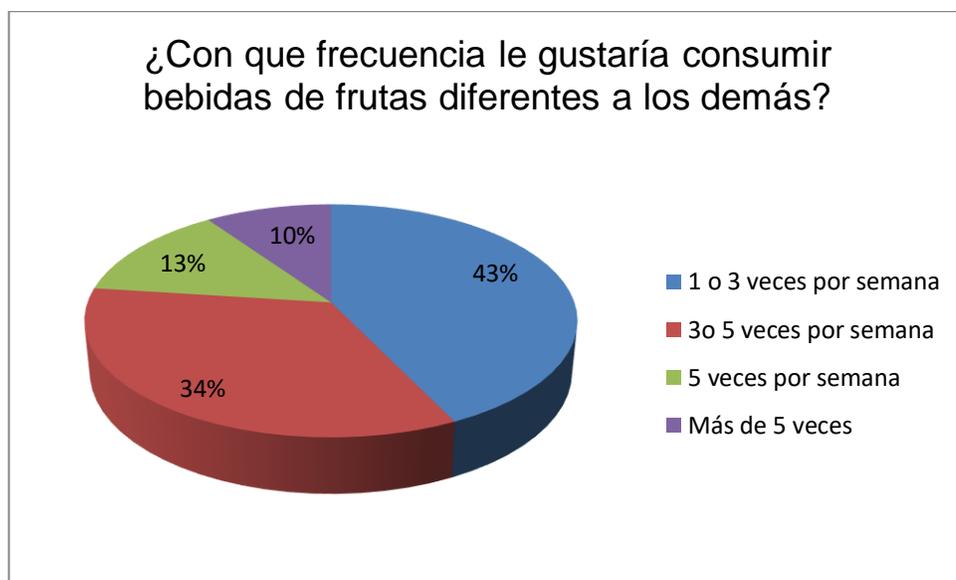
Cuadro 10: Frecuencia de Consumidor

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 o 3 veces por semana	164	43%
3o 5 veces por semana	131	34%
5 veces por semana	51	13%
Más de 5 veces	37	10%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 10



INTERPRETACIÓN

En la décima pregunta realizada de la encuesta, el 43% tiene una frecuencia de compra de 1 a 3 veces por semanas, el 34% de 3 a 5 veces a la semana, el 13% de 5 veces por semanas, el 10% más de 5 veces.

11) ¿Le gustaría comprar una bebida de frutas envasada por una microempresa de Quevedo, diferente a las demás, exótica y saludable?

Cuadro 11: Aceptación de bebida exótica

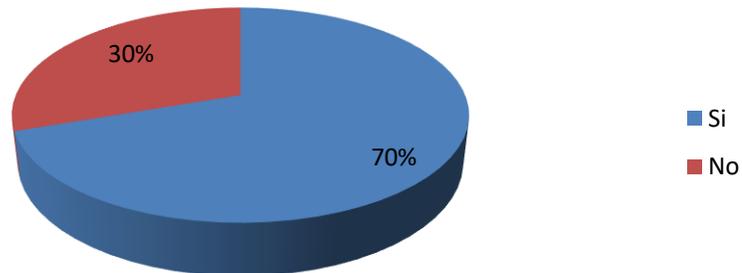
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	267	70%
No	116	30%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

Gráfico 11

¿Le gustaría comprar una bebida de frutas envasada por una microempresa de Quevedo, diferente a las demás, exótica y saludable?



INTERPRETACIÓN

De la décima primera pregunta realizada de la encuesta, el 30% que no compraría una bebida diferente, el 70% si compraría una bebida diferente a la competencia.

CUADRO 12: DEMANDA ACTUAL

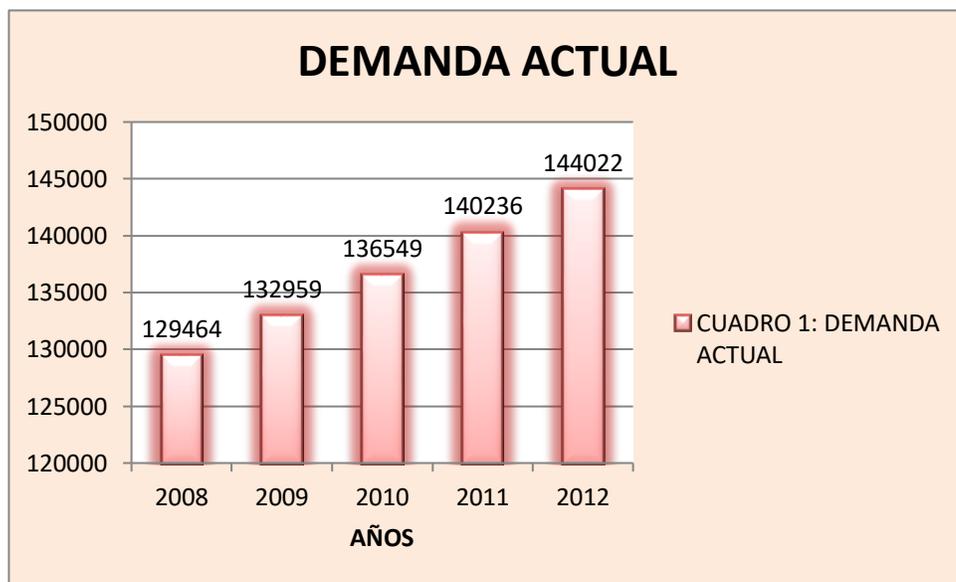
AÑOS	D.A.
2008	129464
2009	132959

2010	136549
2011	140236
2012	144022

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

GRAFICO 12:



INTERPRETACIÓN

Indicando el número de hogares que consumen bebidas de fruta en los siguientes años.

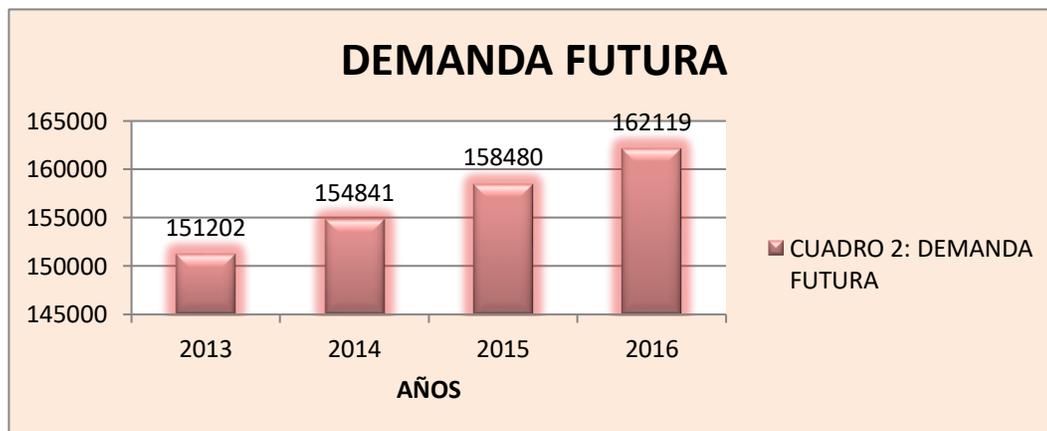
CUADRO 13: DEMANDA FUTURA

X	AÑOS	D.F.
7	2013	151202
8	2014	154841
9	2015	158480
10	2016	162119

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

GRAFICO 13:



INTERPRETACIÓN

Indicando la demanda futura de bebidas de frutas tropicales por parte de la población urbana de Quevedo, con un índice de crecimiento del 3%.

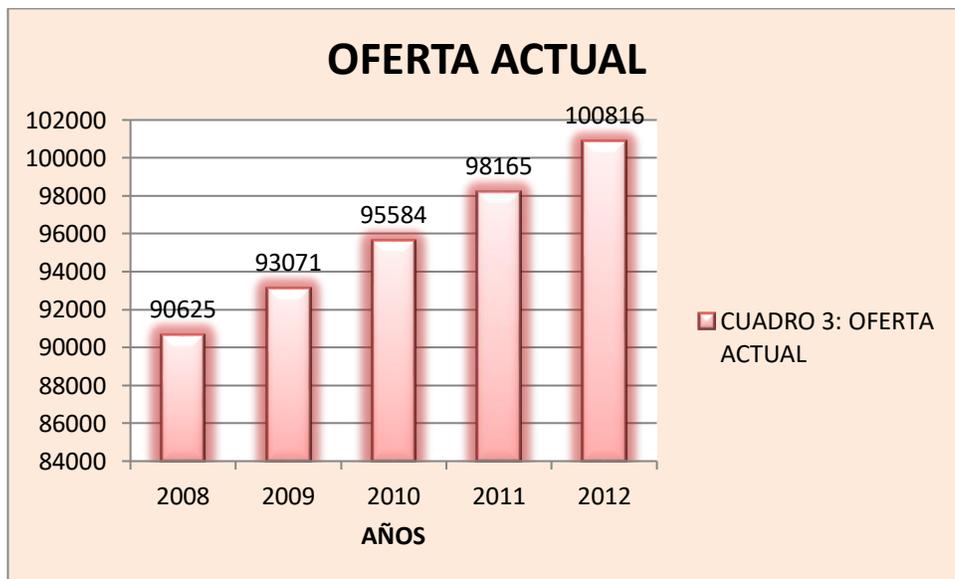
CUADRO 14: OFERTA ACTUAL

AÑOS	O.A.
2008	90625
2009	93071
2010	95584
2011	98165
2012	100816

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

GRAFICO 14:



INTERPRETACIÓN

Indicando la oferta actual de producto con una tasa de crecimiento del 3% de la población del cantón Quevedo.

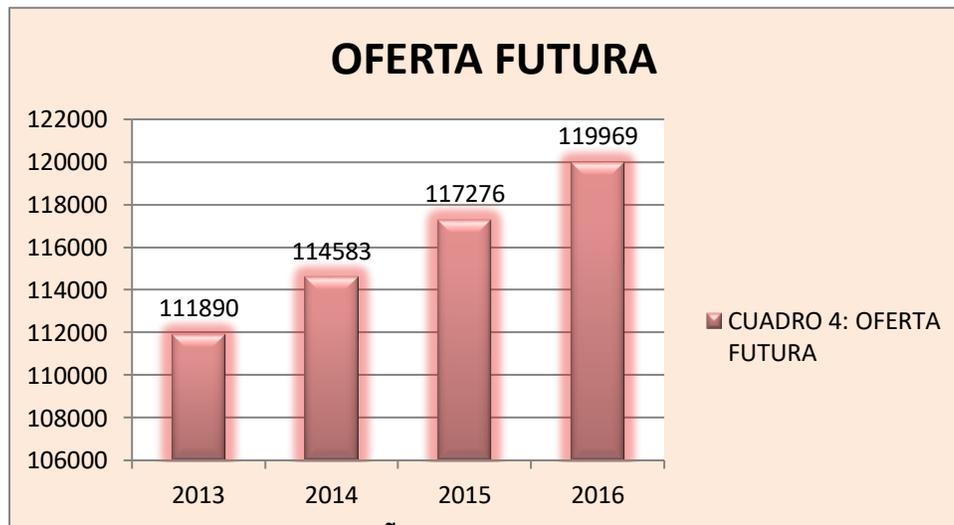
CUADRO 15: OFERTA FUTURA

X	AÑOS	O.F.
7	2013	111890
8	2014	114583
9	2015	117276
10	2016	119969

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

GRAFICO 15:



INTERPRETACIÒN

Indicando la oferta futura de la empresas de bebidas frutas tropicales con una tasa de crecimiento del 3% del cantón Quevedo.

CUADRO 16: DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

Años	O.A.	D.A	D.I.A.
2008	90625	129464	-38839
2009	93071	132959	-39888
2010	95584	136549	-40965
2011	98165	140236	-42071
2012	100816	144022	-43206

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

CONCLUSION: Dado que la demanda ha sido mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto fue conveniente en los años analizados desde el punto de vista del mercado

CUADRO 17: DEMANDA INSATISFECHA FUTURA

Años	O.F.	D.F.	D.I.F.
2011	111890	151202	-39312
2012	114583	154841	-40258
2013	117276	158480	-41204
2014	119969	162119	-42150

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yirli Sánchez Carreño

CONCLUSIÓN: Dado que la demanda será mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto va a ser conveniente en los siguientes años analizados desde el punto de vista del mercado

4.1. Características del mercado

Quevedo tiene una población aproximada de 173575 habitantes y un clima que beneficia para el cultivo. Está limitado por: al Norte por los cantones Buena Fe y Valencia, al Sur cantón Mocache, al Este cantón Ventanas y Quinsaloma, al Oeste cantón el Empalme.

Actualmente se encuentra dividido en nueve parroquias urbanas como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, 7 de Octubre, 24 de Mayo, Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y la Esperanza.

4.2. Características del producto

- Elaborado a base de néctar de frutas.
- Su contenido será en 237ml.
- Su presentación será botella de plástico.

- Etiqueta y marca de la empresa.

4.3. Información Nutricional

Contiene un gran valor nutricional, considerando que las frutas con las que se elabora el producto son muy rico por su alto nivel de vitamina C.

4.4. Proveedores

La materia prima para la elaboración del producto se adquirirá a los productores de la zona en la provincia de los Ríos.

4.5. Especificaciones Técnicas

Se recomienda a los consumidores que:

- Consérvese en un lugar fresco y seco.
- No requiere refrigeración.
- Después de abierto consumase en el menor tiempo posible.

4.6. Atributos

Tamaño: el producto se presenta en 237ml:

- Botella de 237ml sabor a Naranja.
- Botella de 237ml sabor a Mandarina.
- Botella de 237ml sabor a Limón.

Logotipo



Slogan

"Disfruta la vida, Disfrútala con un jugo natural...."

4.7. Definición de Precio

PRODUCTO EN ML.	PRECIO POR UNIDAD DE VENTA
------------------------	-----------------------------------

Botella de 237ml de Naranja.	0,80
Botella de 237ml de Mandarina.	0,80
Botella de 237ml de Limón.	0,80

4.8. Maquinaria y equipo para el proceso

Cuadro 18: Indicando las maquinarias y equipos utilizados para el proceso de elaboración de bebidas de frutas tropicales.

Maquinaria y Equipo	\$
Tanque lavador	2600
Transportador de banda	3200
Mesa para corte	600
Cubetas de 50 Lt.	15
Extractor de jugo	3200
Equipo para el ajuste de zumo	1850
Mesa para envasado	2800
Caldera para generar vapor	4300
archivador aéreo con puerta metálica ovalada	103,58
sillas tentación	49,22
escritorio master de 2 gavetas	168,45
mesa de sesión 4 personas loquedagalax	106,25
Lokers metálico de 4 casilleros de 40x40x40	39,4

sillón kb 9604	147,83
COMPUTADORA + IMPRESORA	850
TOTAL	20029,73

4.9. Materia Prima para el proceso de elaboración.

Cuadro 19: Indicando el detalle de materia prima indispensable para la elaboración de bebidas de frutas tropicales.

Materia prima	Insumos
Frutas	Esencias
Azúcar	Agua
Benzoato	Benzoato
	Jarras
	Guantes
	Etiquetas

4.10. Gastos Corrientes

Cuadro 20: gastos corrientes, se presenta el costo de mano de obra, el sueldo mensual por persona y el total de sueldo anual incluyendo los beneficios de ley.

Descripción	Clasificación mano de obra	Número	Sueldo mensual (\$)	Total Sueldos anual
--------------------	-----------------------------------	---------------	----------------------------	----------------------------

				(\$/año)
Administrador	Calificada	1	450	5971,66
Personal de Proceso		2	300	7921,66
Vendedores	Semicalificada	2	292	7713,66
TOTAL		5		21606,98

4.11. Tamaño del Proyecto

Cuadro 21: indicando el tamaño del proyecto de acuerdo a la tasa de oportunidad del mercado

AÑOS	D.I.F.	%	TAMAÑO
2013	-39312	15	5897
2014	-40258	15	6039
2015	-41204	15	6181
2016	-42150	15	6323

4.12. Localización

En esta parte se indicara las ubicaciones exactas del estudio, país, provincia, cantón y parroquia en donde se desarrollara la actividad comercial.

4.12.1. Macro – Localización

El proyecto se basa en una planta procesadora ubicado en la provincia de Los Ríos, Cantón Quevedo, parroquia San Camilo, vía a Valencia.

El cantón Quevedo se halla situado en un hermoso lugar conocido con el nombre de “Las Lomas” y por su posición geográfica, es punto de confluencia de las carreteras de mayor importancia de la red nacional de comunicaciones interurbanas. Es punto intermedio de comunicación entre sierra y costa y entre los dos centros urbanos más importantes: Quito capital de la República y Guayaquil primer puerto del Ecuador.

Actualmente se encuentra dividido en nueve parroquias urbanas como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, 7 de Octubre, 24 de Mayo, Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y la Esperanza.

Se cultiva principalmente, banano, café, cacao, palo de balsa, caucho, palma africana, arroz, tabaco, algodón, caña de azúcar y también de ciclo cortó como: la soya, maíz, fréjol, etc. En cuanto a la ganadería la de mayor rendimiento es el porcino, además se cultiva frutales tales como: naranja, mandarinas, limones, papayas, caimito.

Quevedo es uno de los cantones más progresistas de la provincia de Los Ríos y ocupa destacada posición entre todos los de la República.

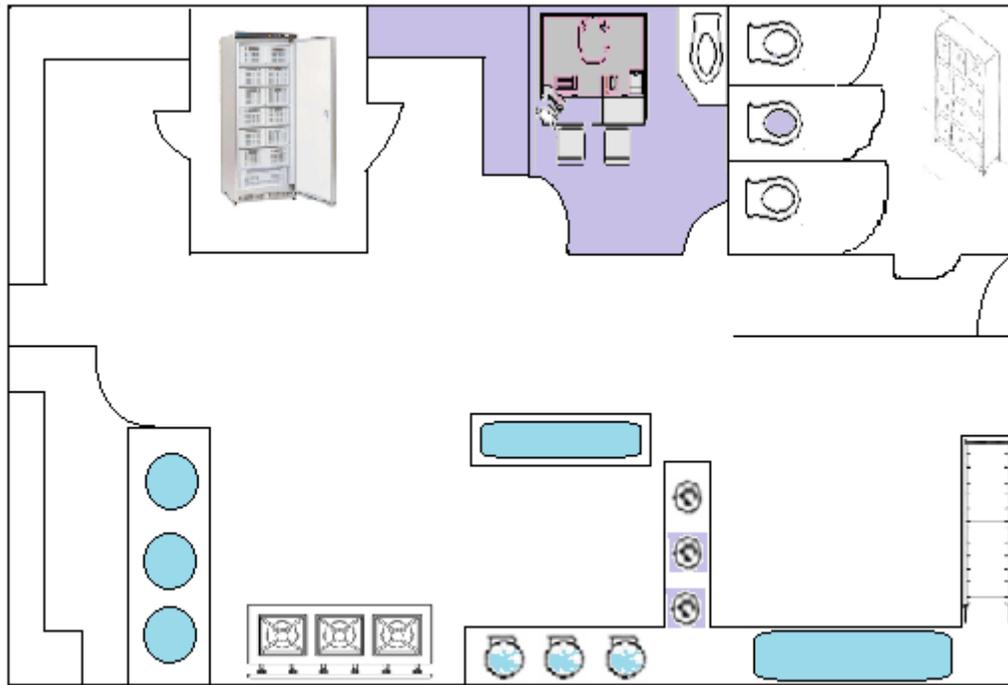
(UNIAGRO U.T.E.Q, 2003)



PROVINCIA DE LOS RÍOS



4.12.2. Micro – Localización



4.14. Descripción del Proceso de Producción

- Recepción y almacenamiento de materia prima
- Inspección transporte al área de lavado
- Lavado
- Cepillado
- Transporte al área de extracción
- Extracción
- Refinado
- Clarificación
- Inspección de contenidos (control de calidad)
- Corrección
- Envasado
- Transporte al área de esterilización
- Esterilización
- Transporte al área de enfriamiento

- Enfriamiento
- Transporte al área de etiquetado y empaque
- Etiquetado y empaque
- Transporte al almacén de producto terminado
- Almacenaje del producto terminado

Recepción y almacenamiento de materia prima.- Por lo general la naranja es transportada a granel (su consistencia lo permite). Hay que evitar golpear las naranjas ya que fácilmente se estropearían por la zona del golpe si estuviesen almacenadas algunos días. El almacenamiento de la naranja deber hacerse en un lugar fresco de humedad media, de forma que no gravite mucho peso sobre el fruto. El almacenamiento no debe prolongarse más de 15 días, en condiciones normales; para el almacenaje se podrá contar con depósitos o silos, o bien estos se pueden suplir por cajas de madera.

En caso de ser necesario un mayor tiempo de almacenaje, habría que llevarse a cabo bajo refrigeración y en condiciones de humedad controlada.

Inspección y transporte al área de lavado.- Transporte de la naranja al área de lavado mediante una banda transportadora. Durante el recorrido de la fruta por la banda transportadora se realiza una inspección visual, desechando las naranjas que no llenan los requisitos para su industrialización (que estén sobre maduras, golpeadas o que tengan algún otro defecto).

Lavado.- La banda lleva a la naranja a la primera operación de lavado, a un tanque con agua que está recibiendo chorros de agua a presión desde diferentes ángulos. Este lavado es importante para eliminar agentes extraños y otros de microorganismos.

Cepillado.- Un transportador pasa la fruta a la segunda sección de lavado, donde se pasa sobre un tren de cepillos con regadera de agua sobre ellos, con el objeto de terminar la limpieza de la superficie de la fruta.

Transporte al área de extracción.- Transporte de la naranja al área de exprimido mediante un transportador helicoidal.

Extracción.- La naranja es llevada a unos extractores o prensas de gusano helicoidal en forma de conos de bronce con paredes perforadas por donde escurre el jugo. Al ir disminuyendo el volumen de cono, la fruta va siendo comprimida, aplastándola completamente para obligar a romper las celdillas que contienen el jugo de la naranja, la cáscara, hueso y la pulpa salen por el diámetro reducido del cono, pasando a un extractor el cual separa el aceite contenido en ellas.

El aceite es de los subproductos más importantes por lo que debe separarse de las partículas sólidas, que contaminan dicho producto, para esto se utiliza una máquina separador centrífuga. Los aceites esenciales, la pulpa y las cáscaras se utilizan para fabricar esencias, mermeladas y alimento para ganado.

Refinado.- El jugo obtenido en el extractor se bombea hacia un refinador donde se separa el bagacillo y la semilla que pudo haber arrastrado el jugo. La refinación se puede realizar con una máquina tamizadora.

Clasificación.- El jugo refinado es impulsado por una bomba hacia un clasificador con el fin de retirar sedimentos finos que no pudieran haber sido separados con anterioridad, los cuales ocasionarían incrustaciones en el equipo posterior.

Ajuste o corrección.- El jugo clasificado es impulsado por medio de una bomba al interior de unos tanques de corrección que se utilizan para regular las variaciones de azúcar y ácidos contenidas en el jugo así como para mezclar los conservadores requeridos, siendo los más usuales entre otros benzoato de sodio, sulfito y bisulfito de sodio, así como anhídrido sulfuroso.

Enfriador y deaeración.- El objeto de que el jugo pase a través de un enfriador es para alimentar dicho jugo al sistema deaerador a una temperatura adecuada. Debido a que todos los jugos extraídos contienen considerables cantidades de aire

(el oxígeno del cual reacciona particularmente con el ácido ascórbico del jugo) lo que resulta en una pérdida de vitamina C y en cambios indeseables en el sabor y color.

La deareación significa la extracción más efectiva del aire y demás gases contenidos en los jugos. Esta es una operación muy importante cuando los jugos deben someterse a tratamientos térmicos como la pasteurización, ya que la combinación de aire y calor constituye la condición más adecuada y favorable para la oxidación de los jugos.

El mejor método de deareación es la llevada al vacío, es decir el jugo es admitido en forma de una película dentro de una cámara en la que reina un alto vacío.

El jugo frío entra en el deareador mediante el vacío en la cámara creado y mantenido por una bomba de alto vacío.

Envase.- Inmediatamente después del proceso de deareación el producto es envasado automáticamente mediante una máquina envasadora conectada al deareador. Posteriormente se cierra el envase.

Transporte al área de enfriamiento.- El producto se transporta al área de enfriado por medio de una banda transportadora.

Enfriado.- El producto es llevado al área de enfriado para que éste baje su temperatura a temperatura ambiente para facilitar su manejo y empaque final. El enfriado se realiza rociándole agua al producto o sumergiéndolo en ella.

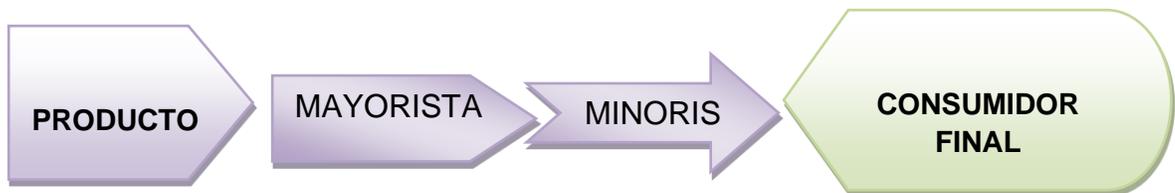
Transporte al área de etiquetado y empaquetado.- El producto se transporta por medio de un montacargas, al área de etiquetado y empaquetado.

Etiquetado y empaquetado.- En esta área el producto es etiquetado (por medio de una etiquetadora) y empaçado en cajas de cartón.

4.15. Plan de Marketing

4.15.1. Canales de Distribución

Cuadro 22:Distribución del Producto



Grafica 16: , indica el canal de distribución del producto que se realizara a intermediarios mayoristas quienes serán encargados de expender las diferentes bebidas tropicales, a comerciantes minoristas y estos a su vez al consumidor final.

4.15.2. Publicidad

El 15 de marzo del 2013 se realizará la inauguración de la empresa FRUTI JUGOS, se dará degustaciones del producto en diferentes puntos de la ciudad con la finalidad de hacernos conocer como empresa y de presentar el producto.

Cuadro 23: resumen de gastos publicitarios para inicio de operaciones del proyecto.

PUBLICIDAD			
CANT.	DESCRIPCION	P.V	P.T.
3	Publicaciones en Diario la Hora desde el 15 de marzo al 30 de Dic. 2013	59,14	177,42
1	Contrato de Radio Audiorama (4 cuñas diarias desde el 29 de noviembre al 30 de diciembre del 2013.	168	168
1	Contrato en Radio Imperio (3 cuñas diarias) desde el 25 de noviembre al 25 de diciembre del 2012.	134,4	134,4
2000	Volantes en tamaño de 10 * 15cm a color.	0,01	20
2	Prestaciones de servicio para la entrega de los volantes.	10	20
TOTAL			519,82

4.16. ESTUDIO FINANCIERO

4.16.1. Planificación de Inversión Local y Financiamiento

Cuadro 24: se detalla la inversión para el mejoramiento del local.

DESCRIPCION	COSTO EN USD
PINTURA DE PAREDES	\$ 180,00
mano de obra	\$ 150,00
CONEXIONES DE ELECTRICIDA	\$ 80,00
RECONSTRUCCION DEL LOCAL	\$ 750,00
TOTAL	\$ 1.160,00

Inversión en muebles y equipos para la producción

Cuadro 25: se detalla la inversión en muebles y equipos para la producción de bebidas tropicales.

CANT	DESCRIPCION	COSTO UNIT. (EN USD)	COSTO TOTAL POR PRODUCTO	COSTOS TOTALES	TIEMPO DE VIDA / AÑOS
	MUEBLES Y EQUIPO			\$ 18.826,12	
1	Tanque lavador	2600	\$ 2.600		7
1	Transportador de banda	3200	\$ 3.200		7
1	Mesa para corte	300	\$ 300		7
4	Cubetas de 50 Lts.	15	\$ 60		7
1	Extractor de jugo	3200	\$ 3.200		7
1	Equipo para el ajuste de zumo	1850	\$ 1.850		7
1	Mesa para envasado	2800	\$ 2.800		7
1	Caldera para generar vapor	4300	\$ 4.300		7
1	archivador aéreo con puerta metálica ovalada	103,58	\$ 104		7

2	sillas tentación	49,22	\$ 98		7
1	escritorio master de 2 gavetas	168,45	\$ 168		7
1	mesa de sesión 4 personas loquedagalax	106,25	\$ 106		7
1	Lokers metálico de 4 casilleros de 40x40x40	39,4	\$ 39		7
1	sillón kb 9604	147,83	\$ 148		
	Instalaciones e inventario			\$ 850,00	
1	Computadora + Impresora	850	\$ 850		3
	TOTAL			\$19.676,12	

4.16.2. Activos Corrientes

Cuadro 26: se detalla los costos variables y materiales a utilizar en el proceso de producción.

COSTO VARIABLE / PRODUCTO	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Naranja	10	Saco	27	270

Azúcar	1	qq	42	42
Escancias	1	u	50	50
Benzoato	1	lb	16	16
Guantes	8	u	2	16
Cedazo de Lienzo	8	u	3	24
Envase	2000	u	0,05	100
Etiquetas	2000	u	0,05	100
TOTAL				618

Cuadro 27: Costo variable inicial de bienes (en usa)

COSTOS VARIABLES DE BIENES	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
OLLAS	5	u	18	90
CUCHARONES	5	u	7,5	37,5
utensilios de cocina	2	jgo.	30	60
CEDASO DE LIENZO	6	u	8	48
EMBUDO	6	u	3	18
JARRAS	6	u	1,6	9,6
TOALLAS DE COCINA	12	u	3	36
MANDIL	12	u	3	36
GORRO	12	u	3	36
GUANTES	12	u	2,5	30

TOTAL		401,1
--------------	--	-------

Cuadro 28: total de activos corrientes con lo que inicia la empresa.

ACTIVOS CORRIENTES	USD
Inventario Inicial	\$ 20.077,22
Caja y Banco	\$ 13.946,31
Cuentas por Cobrar	-
TOTAL	\$ 34.023,53

4.16.3. Costos de Constitución

Cuadro 29: se detallan todos los gastos necesarios para la constitución de la empresa

COSTO DE CONSTITUCION	USD
Cargos De Notaria	\$ 120,00
Otros Certificados Oficiales (Registro Y Patente)	\$ 50,00
Permiso De Cuerpo De Bomberos	\$ 20,00
Costo De Planeación (Estudio, Impuesto, Consultoría)	\$ 500,00
TOTAL	\$ 690,00

4.16.4. Costos de Operación

Cuadro 30: Indica los costos de operación

Alquiler de local + un mes de garantía	\$ 400,00
Costo de materiales (varían mensualmente)	
Electricidad agua y otros adicionales	\$ 110,00
Administración y ventas	\$ 742,00
TOTAL	\$ 1.252,00

4.16.5. Financiamiento

El proyecto requiere de \$ 26.292,81 dólares para la ejecución del estudio de factibilidad hasta la puesta en marcha de la empresa.

El plan se financia de la siguiente manera:

Capital propio: \$ 16 292,81

Préstamo Bancario: \$ 10.000,00

La entidad financiera para el préstamo es el Banco Nacional de Fomento

4.16.6. Descripción de la planilla de pago del Banco nacional de Fomento.

Préstamo	\$10.000,00
Tasa %	15% anual
Períodos	2
Años	4

La inversión inicial para la implementación de la empresa productora y comercializadora de bebidas de frutas en el cantón Quevedo es de \$ 26.292,81

Cuadro 31: Tabla de Amortización

PERIODOS	INTERÉS DEL PERIODO	CAPITAL DE PAGO	CUOTA A PAGAR	DEUDA PENDIENTE
0				\$ 10.000,00
1	(\$ 1.500,00)	(\$ 728,50)	(\$ 2.228,50)	\$ 9.271,50
2	(\$ 1.390,72)	(\$ 837,78)	(\$ 2.228,50)	\$ 8.433,72
3	(\$ 1.265,06)	(\$ 963,44)	(\$ 2.228,50)	\$ 7.470,28
4	(\$ 1.120,54)	(\$ 1.107,96)	(\$ 2.228,50)	\$ 6.362,32
5	(\$ 954,35)	(\$ 1.274,15)	(\$ 2.228,50)	\$ 5.088,17
6	(\$ 763,23)	(\$ 1.465,28)	(\$ 2.228,50)	\$ 3.622,89
7	(\$ 543,43)	(\$ 1.685,07)	(\$ 2.228,50)	\$ 1.937,83
8	(\$ 290,67)	(\$ 1.937,83)	(\$ 2.228,50)	\$ 0,00

Cuadro 32: indicando el desarrollo inicial de la inversión para la ejecución del proyecto.

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	FUENTE FINANCIAMIENTO
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		
<input type="checkbox"/> Infraestructura Adecuada	\$ 22.096,95	
Alquiler Local	\$ 400,00	capital propio
Adecuación Local	\$ 1.160,00	capital propio

Adquirir muebles de oficina	\$ 663,95	capital propio
Adquirir equipos de computación	\$ 850,00	capital propio
Adquirir maquinaria y materiales	\$ 18.310,00	capital propio y bancario
Servicios básicos	\$ 80,00	capital propio
materiales de limpieza	\$ 15,00	capital propio
Materiales y suministros	\$ 618,00	capital propio
<input type="checkbox"/> Recurso Humano	\$ 1.734,00	capital propio
Contratar personal	\$ 1.634,00	
Capacitar personal	\$ 100,00	
<input type="checkbox"/> Publicidad adecuada	\$ 519,82	capital propio
Contratar publicidad	\$ 519,82	
<input type="checkbox"/> Gastos de constitución	\$ 690,00	capital propio
Costos de constitución	\$ 690,00	
Subtotal	\$ 25.040,77	
Imprevistos 5%	\$ 1.252,04	
Recursos propios	\$ 16.292,81	
Crédito Banco Pichincha	\$ 10.000,00	
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 26.292,81	

4.16.7. Proyecciones de Estados Financieros

4.16.7.1. Balance General Proyectado

El balance genera indica la situación inicial de la empresa productora y comercializadora de bebidas de frutas en el cantón Quevedo, proyectado para los 4 años.

Cuadro 33: se muestra el balance general proyectado a cuatro años

CONCEPTOS	AÑOS			
	1	2	3	4
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Caja	5000	5400	5500	4900
Bancos	8930,56	9500	10000	11000
Total Activos Corrientes	13930,56	14900	15500	15900
ACTIVOS FIJOS				
Activos Fijos Tangibles				
Maquinaria y equipos	\$ 18.310,00	\$ 18.310,00	\$ 18.310,00	\$ 18.310,00
Equipos de computación	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Muebles de oficina	\$ 663,95	\$ 663,95	\$ 663,95	\$ 663,95
Utensilios e implementos	\$ 713,00	\$ 713,00	\$ 713,00	\$ 713,00
(-) Depreciación Acumulada	2980,44	2980,44	2697,10	2697,10
Total Activos Tangibles	17556,5124	17556,5124	17839,8457	17839,8457
TOTAL DE ACTIVOS	31487,0724	32456,5124	33339,8457	33739,8457
PASIVOS				
Pasivos a largo plazo	10.662,22	8.590,82	5.851,39	2.228,50

TOTAL PASIVOS	10.662,22	8.590,82	5.851,39	2.228,50
PATRIMONIO				
Capital Contable	20.824,85	23.865,69	27.488,45	31.511,34
Total Patrimonio	20.824,85	23.865,69	27.488,45	31.511,34
TOTAL PASIVO + CAPITAL	31.487,07	32.456,51	33.339,85	33.739,85

4.16.8. Flujo de Caja Proyectado

De acuerdo al flujo de caja generado para los años de vida del proyecto, el primer año es de \$ 23660,58 mientras que en los siguientes años flujo de caja será mayor.

Cuadro 34:Flujosde caja del proyecto a cuatro años

CONCEPTOS	AÑOS				
	0	1	2	3	4
INGRESOS	0,00	106560,00	106560,00	142080,00	142080,00
Bebida de Naranja		38400,00	38400,00	48000,00	48000,00
Bebida de Mandarina		28800,00	28800,00	46080,00	46080,00
Bebida de Limón		39360,00	39360,00	48000,00	48000,00
EGRESOS ECONÓMICOS	26292,81	70504,92	69999,80	94499,78	93616,31
COSTO ECONÓMICO DIRECTO	2939,10	35873,10	35873,10	48725,10	48725,10
Materia prima	2238,00	34272,00	34272,00	47124,00	47124,00

Materiales y suministros	401,10	401,10	401,10	401,10	401,10
Gasolina	255,00	1020,00	1020,00	1020,00	1020,00
Mantenimiento vehículo	45,00	180,00	180,00	180,00	180,00
COSTO ECONÓMICO INDIRECTOS	6112,77	34631,82	34126,70	45774,68	44891,21
Alquiler Local	400,00	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00
Adecuación Local	1160,00				
Muebles y equipamiento	1513,95				
Servicios básicos	80,00	960,00	960,00	1200,00	1200,00
Artículos de limpieza	15,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Contratar personal	1634,00	21606,98	21606,98	34676,00	34676,00
Capacitar personal	100,00				
Publicidad	519,82	1213,68	1213,68	504,00	504,00
Gastos de constitución	690,00				
Gastos financieros		2890,72	2385,60	1717,57	834,11
Depreciación		2980,44	2980,44	2697,10	2697,10
Utilidad antes de participación		36055,08	36560,20	47580,22	48463,69
15% participación de trabajadores		5408,26	5484,03	7137,03	7269,55
Utilidad antes de impuesto a la renta		30646,82	31076,17	40443,19	41194,13
25% Impuesto a la renta		7661,70	7769,04	10110,80	10298,53
UTILIDAD NETA		22985,11	23307,13	30332,39	30895,60
COSTOS DE INVERSIÓN	18310,00				

Tanque lavador	2600,00				
Transportador de banda	3200,00				
Mesa para corte	300,00				
Cubetas de 50 Lts.	60,00				
Extractor de jugo	3200,00				
Equipo para el ajuste de zumo	1850,00				
Mesa para envasado	2800,00				
Caldera para generar vapor	4300,00				
Imprevistos 5%	1158,05				
Depreciación		2241,75	2241,75	2241,75	2041,75
Capital recibido (+)	10000,00				
Pago de capital (-)		-1566,28	-2071,40	-2739,43	-3622,89
FLUJO DE FONDOS NETOS	-26292,81	23660,58	23477,47	29834,71	29314,45
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO		23660,58	47138,06	76972,77	106287,22

Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES	
VAN	\$ 46.184,28
TIR	79%
RELACION B/C	\$ 2,62

Valor Actual Neto: si el resultado de este índice financiero es positivo entonces nos indica que el proyecto es atractivo y conveniente, y si es negativo sería todo lo contrario. En nuestro caso tenemos un VAN de \$ 46.184,28

Tasa Interna de Retorno: cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad nos indica que el proyecto es viable, en nuestro caso tenemos 79% y la tasa de interés es de 15%.

Relación Beneficio – Costo: el B/C del proyecto es de \$ 2,62 esto indica que por cada \$ 1,00 de inversión tendríamos \$ 1,62 de dólar de ganancia.

Tiempo de Recuperación de la Inversión: el tiempo de recuperación de la inversión es de 1 años, 65 días.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Dentro del mercado de bebidas en el Cantón Quevedo, tenemos las bebidas alcohólicas y las bebidas no alcohólicas. Entre las bebidas no alcohólicas existe gran diversidad de productos como los jugos de frutas, bebidas Energizante, gaseosas, té saborizado, agua embotellada entre otros.
- En la industria de las bebidas, los productos sustitutos constituyen un punto fundamental presentando uno de los mayores riesgos que registra el sector, esto se debe a que existe un sin número de productos que poseen características similares entre sí, lo cual sin duda alguna intensifica el índice de competitividad entre una empresa y otra.
- El objetivo principal es dar a conocer las necesidades y preferencias del consumidor en cuanto a jugos de frutas naturales se refiere, con miras a generar la información pertinente que permita determinar el requerimiento que exige el mercado de Quevedo interesado, como es la calidad, el sabor, el precio y el empaque requerido.
- De acuerdo a las encuestas realizadas en el Cantón Quevedo, A partir del año 2013 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el presente proyecto es viable, por lo que es factible ingresar a ofertar

bebidas de frutas tropicales elaborada por un micro empresa quevedeña, con las condiciones de precio, calidad y transporte.

- El análisis económico financiero demuestra la rentabilidad de la inversión, la misma que arroja un VAN de 46184.28 y una TIR 79%.

5.2. RECOMENDACIONES

- En vista de la gran variedad de bebidas que existe en el mercado de Quevedo, se recomienda crear la microempresa para elaborar una bebida diferente a partir, de frutas tropicales de la zona.
- Se recomienda implementar calidad en los procesos de producción para ser competitivo, es una herramienta indispensable que genera confianza en las relaciones empresa y consumidores, que además genera valor agregado a sus productos.
- Se debe emprender en una campaña publicitaria dando a conocer al consumidor las bondades nutricionales que tienen los jugos naturales para mantener una buena salud
- Se recomienda poner en ejecución del proyecto, considerando la rentabilidad del mismo con un VAN Y TIR positivos.

- Se sugiere la construcción de un sistema de purificación de agua utilizada en el proceso de elaboración que permita arrojar al río.
- Con respecto al tratamiento de residuos sólidos se sugiere convenir con el municipio para la recolección de los desechos.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6.1 BIBLIOGRAFIA

- Arturo Morales Castro, Proyectos de Inversión, mc Graw Hill 2009.
- HernandezHernandez Abraham. Editorial: Thomson. Año: 2005
Formulación Y Evaluación De Proyectos De Inversión. ISBN:9706863885.
ISBN: 9706863885. Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Mc
Graw Hill, Sexta Edición Mc Graw Hill 2010
- Gabriel Baca Urbina, Fundamentos de Ingeniería Económica, Quinta
Edición Mc Graw Hill 2010.
-
- Kother, P, Dirección de Marketing, Edición del Milenio, Prentice Hall, Madrid
2000.
- Lucio Mera, Elena, Técnicas de marketing, Bogotá Ediciones de la U 2010.
- Manual de la Inversión Pública Nacional. Modificaciones y autorizaciones al
gasto de inversión del Presupuesto General de la Nación (PGN). 2011
- Naresh K. Malhotra, Investigación de Mercados, Quinta Edición 2008.
- BARRIGA A, F. H. (2010). Estrategias docentes para un aprendizaje
significativo. Una interpretacion constructivista. Mexico: Mc Graw Hill.
- Cordoba Padilla, M. (2006). Formulacion y Evaluacion de proyectos.
Bogota: Ecoe Ediciones.

- **DNP.** Sistema de Seguimiento y Evaluación de Proyectos de Inversión (Versión 5.0). Manual del -Usuario. Bogotá, 2005.
- Edgar, O. (2005). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Santiago de Chile: Cepal.
- Gabriel, B. U. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Manual de Procedimientos del Banco Nacional de Programas y Proyectos, BPIN. Bogotá 2011.
- MURCIA MURCIA, J. D. (2009). Proyectos, Formulación y criterios de evaluación. Bogotá: Alfa omega.
- SAPAG, N. C. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. México: Pearson-Prentice Hall.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO: 1 ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL CANTON QUEVEDO EN RELACIÓN AL CONOCIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD DE INSTALAR UNA PLANTA DE BEBIDAS EN EL CANTÓN QUEVEDO 2012, LOS SIGUIENTES DATOS SERVIRAN PARA APORTAR CON EL DESARROLLO DE LA TESIS.

1. ¿Qué edad tiene?

- De 18 a 30 años
- De 31 a 45 años
- De 46 a 60 años
- De 61 o más

2. ¿Usted trabaja?

- Si No

3. ¿Qué nivel de estudio tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Posgrados

4. ¿En qué sector de la ciudad vive?

- San Camilo _____
- Venus del Rio Quevedo _____
- Centro _____
- Guayacanes _____

Nicolás Infante Días _____

7 de octubre _____ otro, especifique _____

5. ¿Dónde realiza sus compras?

Mi comisariato _____

Fénix _____

AKI _____

Tía _____

Súper tía _____

Súper Tienda Quevedo _____

Tiendas pequeñas _____

6. ¿Qué actividad deportiva realiza?

Basquet _____

Gimnasia _____

Futbol _____

Ninguna _____

Otra especifique _____

7. ¿Aproximadamente cuáles son sus ingresos mensuales?

Menos de \$ 30.00 De 200 a 300

De \$30.00 a \$49.99 De 300 a 500

De \$50.00 a \$99.99 De 500 o mas

De \$100.00 o más Prefiero no responder

8. Ordene del 1 al 5 las siguientes características según la importancia que tienen para usted al momento de comprar una bebida. El 1 es lo más importante y el 5 lo menos importante.

Sandía _____
Limón _____
Naranja _____
Mandarina _____
Mango _____
Frutas tropicales _____

9. Explique usted que su bebida ideal sea

Poco dulce _____
Dulce _____
Normal _____
Sin azúcar _____
Cítrica _____
Amarga _____

10. ¿Con que frecuencia le gustaría consumir bebidas de frutas diferentes a los demás?

1 o 3 veces por semana
3 o 5 veces por semana
5 veces por semana
Más de 5 veces

11. ¿Le gustaría comprar una bebida de frutas envasada por una microempresa de Quevedo, diferente a las demás, exótica y saludable?

Sí No

¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO: 2 PROCESO DE BEBIDAS



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO: 3 TABLA DE VALORES NUTRICIONAL

VALORES NUTRICIONAL	
Calorías	116
Calorías de Grasas	0
Grasas Total	0g
Grasas Saturada	0g
Colesterol	0mg
Sodio de 9mg	0%
Carbohidratos	32g
Fibras	1g
Vitamina A	0%
Vitamina C	51%
Calcio	1%
Hierro	5%