



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previo a la obtención
del Título de Ingeniero en Gestión
Empresarial.

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y
EXPORTACIÓN DE JUGO DE NARANJA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014”.

AUTOR:

EDWARD MICHEL NARANJOCARRASCO

DIRECTORA:

ING. ELIZABETH NÚÑEZ BARTOLOMÉ M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

Declaración de auditoría y cesión de derechos

Yo, **EDWARD MICHEL NARANJO CARRASCO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; 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.

EDWARD MICHEL NARANJO CARRASCO

Certificación

La suscrita, **ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ M.SC**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **EDWARD MICHEL NARANJO CARRASCO**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en **Gestión Empresarial** titulado “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGO DE NARANJA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014.**” Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ MSc.

DIRECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGO DE NARANJA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014.”

Presentado a la Comisión Académica, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Aprobado:

LCDO. RAFAEL PINTO COTTO, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

LCDO. BOLÍVAR YÉPEZ YÁNEZ, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. JULIA FAJARDO ARRIAGA, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR

2015

Agradecimiento

El autor deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien, a mi madre quien siempre me dio su apoyo incondicional y ha incentivado a continuar con mi meta establecida.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial al **ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ** por su colaboración, conocimiento, y apoyo brindado en la elaboración de la tesis y a los catedráticos de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial que durante mis años de estudios de tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

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

Dedicatoria

Este trabajo de investigación realizado con esfuerzo y dedicación va dedicado a dios por darme la salud y fortaleza diarias y lograr mis metas propuestas, a las personas que de una u otra forma han contribuido para su realización, en especial a mis padres que en todo momento me brindaron su apoyo de manera incondicional.

A mis amigos por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todos y duros momentos e incentivarme a continuar aun cuando se presentaron obstáculos, Y a todos los docentes de que durante todo este tiempo portaron su granito de arena para ser de sus estudiantes unos excelentes profesionales.

Índice

Declaración de auditoría y cesión de derechos	ii
Certificación	iii
Aprobado:	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria.....	vi
Índice	vii
Índice de cuadros.....	xii
Índice de gráficos.....	xiv
Dublín core (esquema de codificación).....	xv
Resumen ejecutivo	xvii
Astract.....	xviii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.2. Diagnóstico del problema.....	3
1.1.2.1. Formulación del Problema	3
1.1.2.2. Sistematización del Problema.....	3
1.1.2.3. Justificación.....	5
1.2. Objetivos	6
1.2.1. General	6
1.2.2. Específicos.....	6
1.3. Hipótesis.....	7
1.3.1. General	7
1.3.2. Variables.....	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. Fundamentación teórica	9
2.1.1. Estudio de mercado	9
2.1.2. Análisis de la demanda	9

2.1.3.	Proyección de la demanda.....	10
2.1.4.	Mercado de referencia	10
2.1.5.	El sector de la investigación de mercados	10
2.1.6.	Análisis de la competencia.....	11
2.1.7.	Análisis de la oferta.....	11
2.1.8.	Análisis de precio	11
2.1.9.	Estudio técnico.....	12
2.1.10.	Tamaño óptimo del proyecto.....	12
2.1.11.	Visión organizacional	13
2.1.12.	Como detectar oportunidades de negocios.....	13
2.1.13.	Determinantes de rentabilidad	13
2.1.14.	Exportación directa.....	14
2.1.15.	Localización del proyecto.....	14
2.1.16.	Ingeniería de la planta y/o de las instalaciones.....	15
2.1.17.	Proceso de producción.....	16
2.1.18.	Estudio económico.....	16
2.1.19.	Costos	17
2.1.20.	Costo de Producción.....	17
2.1.21.	Costos de administración.....	17
2.1.22.	Costos financieros.....	18
2.2.	Fundamentación conceptual	20
2.2.1.	Plan de negocio	20
2.2.2.	Proceso de Producción	20
2.2.3.	Control de calidad	20
2.2.4.	Producto.....	21
2.2.5.	Producción	21
2.2.6.	Definición de la naranja.....	21
2.2.7.	Propiedades de la naranja	21
2.2.8.	Inversión Inicial	22
2.2.9.	Precio.....	22
2.2.10.	Comercialización	22
2.2.11.	Canal de distribución.....	23
2.2.12.	Importaciones y exportaciones.....	23

2.2.13. Cliente	23
2.2.14. Plaza	23
2.3. Fundamentación legal	25
CAPÍTULO III.....	27
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.1. Métodos de investigación	28
3.2. Tipo de Investigación.....	28
3.3. Técnicas e Instrumentos para la obtención de los datos.....	28
3.4. Fuentes	29
Fuentes Primarias.....	29
Fuentes Secundarias	29
3.4.1. Universo Objetivo	29
3.4.2. Localización	29
CAPÍTULO IV.....	30
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1. Resultados	31
4.1.1. Análisis de Mercado.....	31
4.1.1.1. Identificación del producto	31
4.1.1.2. Mercado nacional.....	31
4.1.1.3. Mercado internacional.....	33
4.1.1.4. Demanda del mercado.....	34
4.1.1.5. Precios	38
4.1.1.6. Oferta del mercado	39
4.1.1.7. Tipo de demanda del producto.....	40
4.1.1.8. Producción y ventas de las industrias dedicadas a las conservas y jugos de frutas a nivel de producto	42
4.1.1.9. Insumos	43
4.1.1.10. Importaciones.....	43
4.1.1.11. La Agroindustria en el Ecuador	43
4.1.1.12. La Cadena Agro productiva	44
4.1.1.13. Frutas tradicionales.....	46
4.1.1.14. El Sector de Jugos y Conservas de Frutas	46
4.1.1.15. Sector de conservas	47

4.1.1.16. Análisis Input-Output.....	48
4.1.1.17. Producción y ventas.....	48
4.1.2. Estudio técnico.....	50
4.1.2.1. Localización óptima de la planta.	50
4.1.2.1.1. Macro localización	50
4.1.2.1.2. Micro localización.....	50
4.1.2.2. Tamaño del proyecto	51
4.1.2.3. Factores determinantes sobre el tamaño de la planta:	51
4.1.2.3.1. La demanda.....	51
4.1.2.3.2. Materias primas e insumos	51
4.1.2.3.3. Tecnología y equipos.....	51
4.1.2.3.4. Financiamiento.....	52
4.1.2.3.5. Descripción del producto y del proceso	52
4.1.2.3.6. Instalaciones	53
4.1.2.3.7. Equipo.....	54
4.1.2.4. Diagrama de flujo para jugo de naranja	54
4.1.2.4.1. Descripción del proceso.....	54
4.1.2.5. Control de calidad	56
4.1.2.5.1. En la materia prima.....	56
4.1.2.5.2. En el proceso	56
4.1.2.5.3. En el producto final	56
4.1.2.5.4. El producto en almacenamiento.....	56
4.1.2.5.5. Ambiente organizacional.....	57
4.1.2.6. Organigrama de la empresa.....	58
4.1.2.6.1. Diseño de cargo y funciones.....	58
4.1.2.7. Factores Tecnológicos	61
4.1.2.7.1. Trámite de exportación	61
4.1.3. Estudio económico	65
4.1.3.1. Fórmula para calcular el TMAR con financiamiento.....	78
4.1.3.2. Calculo de la TMAR sin financiamiento.....	79
4.1.3.3. Valor actual neto (VAN)	80
4.1.3.3.1. Cálculo del VAN y TIR con financiamiento	80
4.1.3.3.2. Cálculo del VAN y TIR sin financiamiento.....	82

4.1.3.4. Costos fijos y variables	84
4.2. Discusión.....	85
CAPÍTULO V.....	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
5.1. Conclusiones.....	87
5.2. Recomendaciones.....	88
CAPÍTULO VI.....	89
BIBLIOGRAFÍA.....	89
6.1. Literatura Citada.....	90
CAPÍTULO VII.....	92
ANEXOS.....	92

Índice de cuadros

Cuadro 1. Importaciones netas estimadas de cítricos orgánicos certificados frescos en determinados países de la CE (2010) (toneladas).	36
Cuadro 2. Precios medios al por mayor (€/kg) de naranjas orgánicas certificadas y convencionales en los países de la CE.....	37
Cuadro 3. Mercado potencial de cítricos orgánicos frescos en la CE en el 2012 (toneladas).....	38
Cuadro 4. Requerimiento de materia prima	62
Cuadro 5. Materiales Indirectos	62
Cuadro 6. Costos de producción.....	63
Cuadro 7. Gastos Aduaneros	63
Cuadro 8. Muebles y enseres	63
Cuadro 9. Equipos de cómputo.....	64
Cuadro 10. Materiales Directos.....	64
Cuadro 11. Gastos aduaneros	64
Cuadro 12. Inversiones.....	65
Cuadro 13. Gastos Pre-operacionales.....	66
Cuadro 14. Inversión Inicial	66
Cuadro 15. Ciclo de efectivo	66
Cuadro 16. Capital de trabajo	67
Cuadro 17. Financiamiento del proyecto	67
Cuadro 18. Condiciones del crédito	67
Cuadro 19. Tabla de Amortización Banco Guayaquil	68
Cuadro 20. Costos de ventas	69
Cuadro 21. Ingreso por ventas mensual	70
Cuadro 22. Ingreso por ventas anual.....	70
Cuadro 23. Gastos administrativos	70
Cuadro 24. Total de gastos administrativos	71
Cuadro 25. Activos.....	72
Cuadro 26. Pasivos.....	73
Cuadro 27. Balance general	74
Cuadro 28. Estado de resultado	75

Cuadro 29. Flujo de caja proyectado	76
Cuadro 30. Cálculo de TMAR con financiamiento	77
Cuadro 31. Condición del financiamiento	77
Cuadro 32. Estructura de capital.....	78
Cuadro 33. Desarrollo de la formula TMAR	79
Cuadro 34. Flujo de efectivo con financiamiento	80
Cuadro 35. Formula del VAN.....	81
Cuadro 36. Flujo de efectivo sin financiamiento.....	82
Cuadro 37. Formula del VAN.....	83
Cuadro 38. Costos fijos.....	84
Cuadro 39. Costos variables.....	84

Índice de gráficos

Grafico 1. Mapa Provincia de los Ríos (Cantón Ventanas).....	29
Grafico 2. Evolución de exportaciones de frutas no tradicionales.....	46
Grafico 3. Principales productos y destinos frutas no tradicionales	47

Dublín core (esquema de codificación)

1	Titulo/Title	M	PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE JUGO DE NARANJA, CANTÓN VENTANAS, AÑO 2014.
2	Creador/Creator	M	Edward Michel Naranjo Carrasco Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial.
4	Descripción /Decription	M	La investigación estuvo localizada en la ciudad de Ventanas, Provincia de los Ríos, lugar donde estará ubicada la planta KM 5Ventanas – Echeandia. Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor		ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ

		O	
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

Resumen ejecutivo

El presente “Plan de Negocio para la producción comercialización y exportación de jugo de naranja, cantón Ventanas” es un plan que se plantea de acuerdo a las circunstancias técnicas y necesidades del producto a ofertar, con este proyecto se procura reactivar la economía del cantón Ventanas, además de mejorar la calidad y estilo de vida de muchos de los habitantes.

En el capítulo uno, se establece, la situación actual del problema, la justificación, se plantea los objetivos y se formulan las hipótesis.

El capítulo dos se desarrolla el marco teórico, que permite establecer las variables de acuerdo al tipo de estudio que requiere el proyecto.

El capítulo tres constituye la metodología que se aplicó a través del análisis de los métodos, los tipos y técnicas de investigación, fuentes de información.

El capítulo cuatro comprende el establecimiento de los resultados, a través de un análisis de mercado, donde se determinó la demanda potencial insatisfecha, oferta, precios; un estudio técnico que contiene el análisis de la localización, infraestructura, maquinaria y equipos entre otros que permitieron identificar el proceso operativo de la planta; seguidamente se analizó el estudio económico financiero donde se determinó la factibilidad y la rentabilidad de la inversión.

Finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones establecidas en la investigación, de su vida útil.

Astract

This "Business Plan for production marketing and export of orange juice, Canton Windows" is a plan that is proposed according to the technical circumstances and needs of the product to offer, this project seeks to revive the economy of the canton Windows while improving the quality and lifestyle of many inhabitants.

In chapter one, the current situation of the problem, provides the rationale, objectives arises and assumptions are made.

Chapter two the theoretical framework, which establishes the variables according to the type of study that requires the project develops.

Chapter Three is the methodology applied by analyzing methods, types and research techniques, sources of information.

Chapter four includes the establishment of the results, you dare a market analysis, where the potential unmet demand, supply, prices are determined; a technical study contains an analysis of the location, infrastructure, machinery and equipment etc. which identified the operational process of the plant; then the financial economic study where the feasibility and profitability of the investment was determined analyzed.

Finally, conclusions and recommendations made in the investigation of his life are established.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Hennie Van de la empresa europea Com-Freeze, la cual se especializa en la importación y exportación de fruta congelada, señaló que “el mercado de las frutas exóticas congeladas se está desarrollando muy rápidamente. Nos encontramos realmente con un mercado en auge. En 2010, los volúmenes de fruta congelada en Europa aumentaron un 41%, y los precios aumentaron también un 10%. Es algo único en el sector frutícola y sólo se observa en el segmento de la fruta congelada. Las hortalizas congeladas ya están un poco más asentadas”.

En el Ecuador el sector de frutas tropicales se ha ubicado como una de las actividades más importantes dentro de los productos no tradicionales. La exportación de productos de frutas tropicales es muy significativa para la economía ecuatoriana, lo que ha permitido que el Ecuador sea preciado como un país importante dentro de la producción, industrialización y comercialización de frutas, motivos por lo que se ha considerado realizar la presente investigación, direccionada a la producción y exportación de jugo de naranja al mercado europeo.

Se buscará determinar la factibilidad de exportación a través de una investigación del mercado al que se va a exportar (Europa) y de un estudio económico y financiero que determine, en base a proyecciones, cuánto hay que invertir y si es que la inversión a realizar tendrá resultados positivos para el inversionista; se espera que el jugo de naranja tenga acogida en las grandes cadenas de supermercados europeos. La producción de naranja en el cantón Ventanas se da en los meses de Julio, Agosto y Septiembre y se puede comparar hasta 100 naranjas por un dólar, la producción anual de naranjas en el provincia de los Ríos es de 57.000 toneladas.

1.1.1.Planteamiento del problema

1.1.2. Diagnóstico del problema

Los productos no tradicionales procesados en forma industrializada en el país, están adquiriendo una gran demanda en los mercados internacionales, por lo que es urgente la toma de decisiones inmediatas en esta actividad, considerando que el Ecuador tiene enormes limitaciones en esta actividad a pesar de que cuenta con un enorme potencial de materias primas especialmente en el cantón Ventanas, para cumplir con los objetivos de esta investigación.

En la actualidad Europa es uno de los mayores importadores de frutas frescas y procesadas,

1.1.2.1. Formulación del Problema

¿Cómo un plan de negocios incide positivamente en la creación de una empresa que se dedique a la producción, comercialización y exportación de jugo de naranja hacia el mercado Europeo?

1.1.2.2. Sistematización del Problema

¿Se podrá a través de un estudio de mercado identificar la demanda actual, la oferta y los factores para la exportación de jugo de naranja?

¿Permitirá el diseño de un estudio técnico determinar la localización, capacidad de planta y el proceso productivo para la elaboración de jugo de naranja con su respectivo plan ambiental?

¿Cómo elaborar el estudio económico que determine la factibilidad de la inversión?

¿De qué manera podrá la evaluación financiera la rentabilidad del proyecto?

1.1.2.3. Justificación

Ecuador tradicionalmente es considerado como un país agrícola por excelencia, sin embargo ha tenido un aparato productivo reducido y poco tecnificado, el gobierno ha tenido que recurrir a políticas sustitutivas de importaciones para proteger la producción local, estas medidas están siendo acompañadas por políticas para promocionar exportaciones industriales, actualmente la Asamblea Nacional del Ecuador está debatiendo el “Proyecto de Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversiones” en donde se plantean políticas de desarrollo productivo para fomentar y diversificar las exportaciones facilitando las operaciones de comercio exterior.

Los Ríos cuentan con excelentes condiciones de clima y suelos para la producción de naranjas con rendimientos óptimos y de calidad, además cuenta con la suficiente mano de obra. El presente proyecto de comercialización, y exportación de jugo de naranja puede aprovechar esta coyuntura política que además busca diversificar los países de destino de las exportaciones ecuatorianas que en los últimos años fueron concentradas en países como Estados Unidos, Perú, Chile, Colombia entre los más importantes y diez países más entre los que están Alemania, Bélgica, Venezuela y España, todos estos países concentraron el 81% de las exportaciones.

Por estas razones se plantea instaurar una planta de producción de jugo de naranja, cuyo fin sea la exportación hacia el mercado europeo para aprovechar la necesidad que tienen estos países de productos naturales no tradicionales que no pueden ser producidos todo el año debido al cambio estacional y no pueden ser abastecidos en la cantidad y variedad necesarias para suplir la demanda del mercado europeo.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Desarrollar un plan de negocio para la producción, comercialización y exportación de jugo de naranja.

1.2.2. Específicos

- Ejecutar un estudio de mercado que identifique la demanda actual, la oferta y los factores para la exportación de jugo de naranja.
- Diseñar el estudio técnico para determinar la localización, capacidad de plantay el proceso productivo para la elaboración de jugo de naranja.
- Analizar mediante el estudio económico la factibilidad de la inversión.
- Evaluar la rentabilidad financiera a través dela aplicación del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

1.3. Hipótesis

1.3.1. General

El plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de jugo de naranja en el Cantón Ventanas, permite demostrar la viabilidad de la inversión.

1.3.2. Variables

Variable Dependiente

Viabilidad de la inversión

Variable Independiente

Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de jugo de naranja

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Estudio de mercado

El autor manifiesta que mercado es el lugar donde se realizan transacciones de bienes y servicios a precios determinado, intervienen demandantes y ofertantes.

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnico, financiero y económico.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad (Florez, 2012).

Para reunir todos estos aspectos, vamos a ubicar tres grandes partes de un estudio de mercados: 1. El consumidor y la demanda del mercado y del proyecto (históricas, actuales y futuras), 2. La competencia y la oferta del mercado y proyecto (histórico, actual y futuro) y 3. La comercialización del producto y servicio del proyecto(Prieto, 2009).

2.1.2. Análisis de la demanda

La determinación de la demanda es una de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica-financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda(Morales, 2009).

2.1.3. Proyección de la demanda

Si el producto es no diferenciado y el mercado es competitivo (el productor o el proyecto ocupan una porción pequeña en el mercado), el análisis de la demanda pierde importancia y lo gana el análisis de precios y la ventaja de costos del proyecto(Florez, 2012).

2.1.4. Mercado de referencia

Un mercado es el conjunto de consumidores que comparte una necesidad o función y que están dispuestos a satisfacerla a través del intercambio de productos que el consumidor estime que pueden satisfacer esa necesidad. La nueva noción de mercado se establece, entonces en la intercepción de un conjunto de productos sustitutivos que satisface una necesidad o función concreta del conjunto de compradores potenciales(Rodriguez, 2012).

2.1.5. El sector de la investigación de mercados

El sector de la investigación de mercados está formado por proveedores de este tipo de servicios. Los proveedores y servicios de investigación de mercados suministran la mayor parte de la información requerida para tomar decisiones de marketing. La mayoría de los grandes proveedores cuentan con empresas filiales y divisiones que abarcan diversas áreas de la investigación de mercado (Naresh, 2011).

2.1.6. Análisis de la competencia

Deben analizarse las empresas competidoras. Competidor será todo aquel que comercialice productos y/o que satisfaga una misma necesidad.

Los productos sustitutos pueden convertirse en una clara amenaza competitiva. El empresario ha de ser capaz de comprender el tipo de competidores a los que se va a enfrentar y conocer sus fortalezas y debilidades para poder competir con ellos de la manera más eficaz posible. Conviene identificar claramente la localización de dichos competidores, las características de sus productos, sus precios, su calidad, la eficacia de su distribución, el servicio ofrecido, su participación en el mercado, sus políticas comerciales, su rentabilidad y toda aquella información que ayude a posicionar el producto que va a ofrecer. (Berghe, 2010).

2.1.7. Análisis de la oferta

Determina las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta al igual que la demanda está en funciones de una serie de factores como son los precios en el mercado del producto los apoyos gubernamentales a la producción (Baca G. , 2010).

2.1.8. Análisis de precio

La definición de precio no puede emitirse sin que haya protestas de investigadores de otras áreas. Desde hace algún tiempo, al menos en México existe un control gubernamental de precio de ciertos productos y servicios lo cual hace que la definición anterior se vuelva obsoleta. También hay quien piensa que el precio no lo determina el equilibrio entre oferta y demanda sino que consiste en el costo de producción más un porcentaje de ganancias (Morales, 2009).

Normalmente se quiere que los precios de los productos sean bajos, preferible que sean similares debido a que si son más bajos se pone en duda la calidad del producto o que no cumplen con los mínimos requisitos legales (Cordova, 2011).

2.1.9. Estudio técnico

El autor cita en su libro evaluación financiera de proyectos que con el estudio técnico, se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. También indica que el objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto/servicio, con la calidad, cantidad y costo requerido (Orozco, 2010).

2.1.10. Tamaño óptimo del proyecto

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se debe cuantificar el volumen de producción el cual se deberá encontrar dentro de los márgenes de la demanda insatisfecha del mercado. Igualmente se debe tener presente los aspectos relacionados con el abastecimiento de materia prima, insumos, materiales, equipos, personal calificado y no calificado. La existencia de equipos y maquinarias con capacidad productiva acorde a las exigencias del proyecto, facilita el tamaño del mismo.

Cuando se elabora un proyecto de reemplazo de equipos, el tamaño del proyecto tendrá una capacidad real de producción superior a la capacidad del equipo antiguo que se pretende reemplazar (Baca G. , 2010).

2.1.11. Visión organizacional

Significa literalmente “una imagen” la visión de los negocios, la visión organizacional o incluso la visión del futuro, se entiende como el sueño que la organización acaricia. Es la imagen de cómo se verá en el futuro. Es la explicación de por qué todos se levantan, todos los días, y dedican la mayor parte de su existencia al éxito de la organización en la que trabajan, invierten o donde hacen sus negocios (Chiavenato, 2011).

2.1.12. Como detectar oportunidades de negocios

Tradicionalmente se consideraba que el empresario era una persona que nacía con esa habilidad y característica, o solamente era una especie de transmisión genética, es decir que las habilidades se pasaban de padres a hijos.

En la actualidad se puede manifestar que los empresarios si se hacen a través de enseñar el empresarialismo se posibilita que las personas adquieran suficiente instrumental tecnológico para iniciar emprendimientos productivos (Gacía, 2011).

2.1.13. Determinantes de rentabilidad

Gran parte de las teorías y modelos que buscan determinar las fuentes de la rentabilidad empresarial se sustentan en análisis de casos y métodos inductivos. La estrategia se ha centrado en gran parte en determinados factores de éxitos (Tarziján, 2010).

2.1.14. Exportación directa

La empresa gestiona directamente sus propias exportaciones desde el mercado de origen, es decir, trata con los clientes extranjeros ya sean consumidores finales o intermediarios. A diferencia de las exportaciones indirectas, con esta fórmula la empresa realiza todas las tareas relacionadas con la exportación; licencia de exportación, trámites aduaneros, cambio de monedas (Munuera, 2012).

2.1.15. Localización del proyecto

La localización de la planta determina el lugar óptimo donde se ubicará la empresa, por lo tanto su ubicación, dependerá no sólo de consideraciones económicas, sino de la adecuada escogencia de criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias de los inversionistas. Con todas estas consideraciones, se buscará determinar la localización que maximice la rentabilidad del proyecto (Cordova, 2011).

La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. En general, la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional.

En este sentido, es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. Se denomina ubicación “ventajosa” porque contribuye a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja en un

margen atractivo de utilidad tanto para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto de inversión (Morales, 2009).

2.1.16. Ingeniería de la planta y/o de las instalaciones

La ingeniería se ocupa de la selección de las maquinas y equipos necesario para el proceso operativo de la planta, cuando ésta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión (Morales, 2009).

El estudio de ingeniería 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. Este estudio no se realiza en forma aislada del resto de estudios del proyecto.

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva 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 almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución (Cordova, 2011).

2.1.17. Proceso de producción

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos. Las cuales son transformados en productos manufacturados mediante laparticipación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).

Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto (Cordova, 2011).

2.1.18. Estudio económico

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial (Baca G. , 2010).

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. Para realizar la inversión se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto ya la rentabilidad de la inversión.

En este estudio es necesario considerar dos elementos principales: por una parte, la cantidad de recursos monetarios que requiere la inversión y, por la otra, los flujos de efectivo que integran la corriente de ingresos que corresponden a los beneficios financieros que – posiblemente – producirá el proyecto de inversión, los cuales debe ser suficiente para recuperar el monto de la inversión y obtener la tasa mínima de rendimiento establecida por el costo de capital promedio ponderado(Morales, 2009).

2.1.19. Costos

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual(Baca G. , 2010).

2.1.20. Costo de Producción

En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos (Florez, 2012).

2.1.21. Costos de administración

Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general 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 del personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería (aunque este costo podría cargarse a producción).

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 (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales (Baca G. , 2010).

Costo de administración:

- ✓ Sueldos
- ✓ Prestaciones
- ✓ Enseres de oficina
- ✓ Útiles y papelería de oficina
- ✓ Seguros y alquileres
- ✓ Depreciaciones administrativas
- ✓ Comunicación y transporte
- ✓ Relaciones públicas
- ✓ Investigación y desarrollo(Cordova, 2011).

2.1.22. Costos financieros

Costos financieros:

- ✓ Intereses
- ✓ Comisiones

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de

administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica(Baca G. , 2010).

2.2. Fundamentación conceptual

2.2.1. Plan de negocio

Las decisiones de negocio deben siempre tomarse en base a la fortaleza de la idea de negocio, pero es mucho más fácil tomar una decisión si la idea se transmite de manera clara y concisa mediante un plan de negocio bien redactado. El ejercicio que requiere articular la estrategia las tácticas y las operaciones de negocio en un documento escrito, asegura un análisis reguroso y lleva una mayor claridad de pensamiento. Si la estrategia del negocio no puede ser descrita en papel de manera clara y convincente, son escasas las posibilidades de que dicha estrategia funcione en la practica (Zehle, 2010).

2.2.2. Proceso de Producción

El proceso de producción se define como la base en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (Cordova, 2011).

2.2.3. Control de calidad

La calidad debe entenderse como el conjunto de características de un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades para las que fue diseñado, cuidando que éste sea adecuado para el uso establecido (Cordova, 2011).

2.2.4. Producto

Es el bien a comercializar, por tanto, teniendo en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se deben desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad (Florez, 2012).

2.2.5. Producción

La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado. Desde un punto de vista económico, el concepto de producción parte de la conversación o transformación de uno o más bienes en otros diferentes (Gitman, 2012).

2.2.6. Definición de la naranja

Es una fruta tropical originaria de la india, Vietnam o el Sur Este de China. El cual contiene mucha vitamina C (Nicolosi, Deng, Gentile, La Malfa, Continella, & Tribulato, 2009).

2.2.7. Propiedades de la naranja

La naranja (*Citrus x sinensis*) ha sido reconocida desde hace tiempo como una fruta muy interesante para la salud, debido a su alto contenido en vitamina C.

Una naranja medida de unos 128 gr. Contiene 58.6 mg de vitamina C, lo que representa el 65,2% de la dosis diaria de 90 mg recomendada por un adulto. Las propiedades de la vitamina C son ampliamente conocidas:

Especialmente en invierno cuando los naranjos se encuentran en plena producción de frutos, el consumo de este fruto nos garantiza unos resfriados menos fuertes y de menor duración(Botanica-Online, 2013).

2.2.8. Inversión Inicial

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (Baca, 2010).

2.2.9. Precio

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, a determinados precios (Baca, 2010).

2.2.10. Comercialización

En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la prestación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad (Florez, 2012).

2.2.11. Canal de distribución

El canal de distribución lo conforma el conjunto de intermediarios que hacen llegar los bienes y/o servicios del productor al consumidor y/o usuario final (Florez, 2012).

2.2.12. Importaciones y exportaciones

Cualquiera que sea la situación de los datos estadísticos respecto a importaciones o exportaciones, será necesario presentar el número y la cuota arancelaria y las políticas (generalmente, la publicación de decretos) que sigue el gobierno en apoyo de dichas actividades (Baca G. , 2010).

2.2.13. Cliente

Es el conjunto de consumidores potenciales y reales de los bienes/servicios que serán ofrecidos por la empresa. Estos pueden ser personas naturales o jurídicamente constituidas (Florez, 2012).

2.2.14. Plaza

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles, intangibles tienen interés en las decisiones sobre la plaza llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura es decir. Es decir como ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesible a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla de marketing que ha recibido poca atención en o referente a los servicios

debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos (Kotler Philip, 2011).

2.3. Fundamentación legal

Ley de compañías dispone que en el Ecuador para constituir una empresa es necesario cumplir con lo siguiente:

- Registrar en la Superintendencia de Compañías el nombre de la empresa, e inmediatamente abrir una cuenta en un banco público aprivado con un capital de 200 dólares.
- La escritura pública de constitución de la empresa, debe ser redactada por un abogado e inscrita en una notaría del abogado.
- La constitución de la compañía se registrará en la Superintendencia de Compañías y a la vez en el Registro Mercantil.
- Incribirse en el libro de registro de la Superintendencia de Compañías.
- Establecer el RUC de la empresa, cumpliendo con los requisitos exigidos.
- Registro Único de Contribuyentes SRI, para lo que se requiere, presentar los respectivos formularios firmados por el representante legal, copia de la escritura pública, número patronal, patente municipal, entre otros.

Ministerio de Salud Pública (MSP) Requisitos para obtener permiso de funcionamiento; Acuerdo Ministerial N° 818.

- Solicitud suscripta por el propietario a representante legal de la empresa.
- Copia del Registro Único de Contribuyente RUC.
- Copia de cédula de ciudadanía del propietario de la empresa.
- Copia del título del profesional del Ministerio de Salud debidamente registrado.
- Plano de la empresa.
- Croquis de la localización de la empresa.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados del Centro de Salud del personal que labora en la empresa.

Registro sanitario

El Ministerio de Salud Pública requiere que las empresas cumplan con los siguientes requisitos:

- Solicitud escrita firmada por el representante legal de la empresa dirigida a Direccion de Contro y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.
- Copia del Registro Sanitario debidamente legalizados
- Copia del comprobante de deposito de \$20 en cuenta bancario a nombre del MSP.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de investigación

Método de observación: que permitió visualizar y recoger información.

Método Descriptivo: Este método de investigación se empleó para entender y describir la realidad encontrada en la investigación.

Método Deductivo: Este método permitió establecer los puntos de análisis interno para estimar su influencia en la evaluación de la empresa.

3.2. Tipo de Investigación

Investigación exploratoria.- En el presente caso es la elaboración del estudio para la creación de una empresa de producción y comercialización de jugo de naranja.

Investigación descriptiva.- Se denomina así porque se fundamentó en algunos elementos estadísticos que son fuente de información y en base al cual se proyecta el comportamiento del mercado.

3.3. Técnicas e Instrumentos para la obtención de los datos.

Para el estudio del proyecto con una visión más cercana a nuestra realidad, se buscó información precisa empleando los siguientes instrumentos:

Observación Directa.- Aplicando este instrumento se organizó, registró, y se analizó la información de este producto; de manera que se pueda visibilizar la forma de producción y su comercialización.

3.4. Fuentes

En este proyecto se utilizarán fuentes primarias y fuentes secundarias de información.

Fuentes Primarias

Obtuvieron datos puros mediante fuentes de información primarias a través de internet, regulaciones los cuales aportaron datos relevantes para cumplir con los objetivos de la investigación.

Fuentes Secundarias-

Se acudió a libros de investigación de mercado, estadísticas del Banco Central y organismos públicos.

3.4.1. Universo Objetivo

Básicamente el Ecuador y el mercado Internacional Europeo.

3.4.2. Localización

La investigación estuvo localizada en la ciudad de Ventanas, Provincia de los Ríos, lugar donde estará ubicada la planta. KM 5, Ventanas - Echeandía.

Grafico 1. Mapa Provincia de los Ríos (Cantón Ventanas)



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Análisis de Mercado

El actual estudio se realizó con el objetivo de obtener la información necesaria para conocer las exigencias del mercado externo sobre consumo de jugo de naranja proveniente de Ecuador, los tipos de la oferta de la naranja, los factores determinantes de la demanda de estos productos y las condiciones de acceso al mercado europeo. La indagación de la información fue realizada por medio de fuentes disponibles; Lo que se quiere lograr con el estudio de mercado es que la empresa logre posicionarse en el mercado Europeo con el fin de expandir su producción.

4.1.1.1. Identificación del producto

La naranja es una fruta cítrica de buen aroma y jugosa y actualmente existen algunas variedades de este fruto, tiene algunas propiedades muy beneficiosas para la salud del ser humano.

4.1.1.2. Mercado nacional

En plena cosecha se puede comprar hasta 100 naranjas por \$1 y 0,80. Ahora, en cambio, supera los \$8 Según datos del Ministerio de Agricultura, el consumo por habitante en 2006 fue de 4,14 kilos. Para determinar esa cifra, el portafolio hizo una suma entre la producción y las importaciones y el producto lo dividió para los 13,6 millones de habitantes que tiene el país. En ese mismo año, la producción del cítrico alcanzó alrededor de 150 mil toneladas métricas en zonas

de clima cálido. Las provincias con mayor producción son Manabí, con 86 000 toneladas y Los Ríos, con 57000.

En la Sierra, en cambio, la producción alcanzó 51 000 toneladas. El producto se da, de preferencia, en la provincia de Bolívar, que sacó al mercado 40706 toneladas. Al terminarse las cosechas, el Ecuador, necesariamente, tiene que recurrir a la importación.

Según datos del Banco Central, de enero a noviembre de 2007, se importaron naranjas por un valor de \$769 990. Colombia es el principal abastecedor de la fruta. En ese período, las compras provenientes de ese país representaron \$338 250, le siguió Chile, con \$263 530, luego los Estados Unidos, el Perú y España, con \$24640 este último. Por otro lado, el precio ha variado desde el año 2000, cuando el consumidor urbano compraba el kilo a 0,19 mientras que en 2007, lo hizo a 0,41. Los mayoristas, a su vez, de 0,13 en 2000 compraron a 0,26 siete años después.

El cantón Caluma cuenta con aproximadamente 1 300 hectáreas de naranjas, y el 60% de sus habitantes se dedica a este cultivo. La producción anual varía entre las 5 000 a 7 000 por hectáreas.

Este cultivo en los últimos 10 años ha crecido de un 15% a 20%, principalmente en el área de Chone y El Carmen, indicó Wilson López, coordinador de fomento agropecuario, del Ministerio de Agricultura en la provincia de Manabí"Es un privilegio comprar en el 2014, 100 naranjas a \$8 ó \$10 porque generalmente su precio es mayor.

4.1.1.3. Mercado internacional

El zumo de naranja lidera el consumo europeo junto al de multifrutas, manzana, piña y el melocotón cierran el Top 5 de sabores favoritos por su importancia en el mercado europeo. Los fabricantes desarrollan cada vez más zumos funcionales y con mayor valor añadido, así como productos refrigerados de acuerdo con las demandas de los consumidores. Asociación Europea de Productores de Zumos (AIJN) ha hecho público su informe anual sobre el sector de los zumos y néctares en Europa, elaborado por Canadian, empresa especializada y líder en información sobre la industria de bebidas.

Según este documento, el consumo de zumo de fruta y néctares en la Unión Europea asciende a 10.017 millones de litros en 2013, lo que representa un 4,2% menos que en 2012. Incluyendo a Turquía, Noruega y Suiza estaríamos hablando de 11.000 millones de litros. De esta cantidad, los zumos representan dos tercios del consumo, mientras el tercio restante serían néctares: 3.500 millones de litros de néctares frente a 6.500 de zumos.

Más del 70% del consumo de zumo y néctares en la Unión Europea se produce solamente en cinco mercados. Alemania encabeza el ranking de clasificación con un cuarto del total, seguido de Francia, Reino Unido, España e Italia, representando juntos el 46%. A nivel mundial, el consumo de zumo de fruta y néctar creció aproximadamente un 1 %, ascendiendo a 38.900 millones de litros, debido principalmente al incremento de la renta y del consumo de las clases medias en los países en desarrollo. En cuanto a los sabores preferidos por los europeos, la naranja sigue siendo líder (38,8%), seguida de los combinados de frutas (19%) y en tercer lugar se encuentra la manzana (14,9%).

Ya a mayor distancia se encuentra la piña (3,6%) y el melocotón (3,5%), aunque cada país tiene unas preferencias distintas en este aspecto, ya que el melocotón y la piña están incluidos en el top cinco de sabores debido principalmente a su importancia en el mercado español. Las previsiones para 2014 en Europa no son nada halagüeñas y se prevé una disminución de alrededor del 2,9% del mercado de zumos de la Unión Europea, caída que continuará en años posteriores hasta estabilizarse de nuevo en 2018.

4.1.1.4. Demanda del mercado

“En plena cosecha se puede comprar hasta 100 naranjas por \$1 y 0,80. Ahora, en cambio, supera los \$8”, señaló. Según datos del Ministerio de Agricultura, el consumo per cápita en 2014 fue de 4,14 kilos de naranja.

Para determinar esa cifra, el portafolio hizo una suma entre la producción y las importaciones y el producto lo dividió para los 13,6 millones de habitantes que tiene el país. En ese mismo año, la producción del cítrico alcanzó alrededor de 150 mil toneladas métricas en zonas de clima cálido.

Las provincias con mayor producción son Manabí, con 86 000 toneladas y Los Ríos, con 57000. En la Sierra, en cambio, la producción alcanzó 51 000 toneladas. El producto se da, de preferencia, en la provincia de Bolívar, que sacó al mercado 40706 toneladas. Al terminarse las cosechas, el Ecuador, necesariamente, tiene que recurrir a la importación. Según datos del Banco Central, de enero a noviembre de 2007, se importaron naranjas por un valor de \$769 990. Colombia es el principal abastecedor de la fruta. En ese período, las compras provenientes de ese país representaron \$338 250, le siguió Chile, con \$263 530, luego los Estados Unidos, el Perú y España, con \$24640 este último.

Por otro lado, el precio ha variado desde el año 2000, cuando el consumidor urbano compraba el kilo a 0,19 mientras que en 2007, lo hizo a 0,41. Los mayoristas, a su vez, de 0,13 en 2000 compraron a 0,26 siete años después.

El cantón Caluma cuenta con aproximadamente 1 300 hectáreas de naranjas, y el 60% de sus habitantes se dedica a este cultivo. La producción anual varía entre las 5 000 a 7 000 por hectáreas. Ramos sostuvo que, cuando se tiene un buen año, la cosecha se extiende hasta diciembre, pero en 2007, por la caída de ceniza del volcán Tungurahua y la escasa rendición de la planta, la producción se extendió hasta noviembre.

Mientras que Manabí, en 2007, produjo 86 637 toneladas métricas en 7 000 hectáreas. Este cultivo en los últimos 10 años ha crecido de un 15% a 20%, principalmente en el área de Chone y El Carmen, indicó Wilson López, coordinador de fomento agropecuario, del Ministerio de Agricultura en la provincia de Manabí.

“Es un privilegio comprar las 100 naranjas a \$8 ó \$10 porque generalmente su precio es mayor; en consecuencia, las personas dejan de consumir y se inclinan por el maracuyá, la sandía o el limón.

Cuadro 1. Importaciones netas estimadas de cítricos orgánicos certificados frescos en determinados países de la CE (2010) (toneladas).

País	Total de cítricos
Alemania	13 0000
Austria	7-8 000
Bélgica	500-1 000
Dinamarca	2 000
Finlandia	500
Francia	9 000
Irlanda, Luxemburgo	500
Países bajos	7 000
Reino Unido	8 000
Suecia	500-1 000
Total	48-50 00

Fuente: FAO

Cuadro 2. Precios medios al por mayor (€/kg) de naranjas orgánicas certificadas y convencionales en los países de la CE

País	Precio de la naranja orgánica	Precio medio de la naranja convencional	Sobreprecio de la naranja orgánica (%)
Alemania	1.96	0.87	125
Austria	1.54	1.11	39
Dinamarca	4.43	2.68	65
Finlandia	3.70	1.51	144
Francia	2.71	1.52	78
Grecia	1.12	0.96	17
Irlanda	3.16	1.67	89
Italia	1.61	1.16	39
Luxemburgo	2.85	1.94	47
Países bajos	2.24	1.57	43
Reino Unido	3.56	2.25	58
Suecia	2.12	1.91	11
Promedio ponderado de la CE	2.10	1.27	65

Fuente: compilado de Hamm y col 2012

Cuadro 3. Mercado potencial de cítricos orgánicos frescos en la CE en el 2012 (toneladas)

Producto	Consumo total de cítricos (previsiones)	Consumo potencial de cítricos orgánicos	
		Porcentaje de un 5% de productos orgánicos	Porcentaje de un 10% de productos orgánicos
Naranjas	3 800 000	190 000	380 000
Frutas fáciles de pelar	2 500 000	125 000	250 000
limones	1 100 000	55 000	110 000
Total	7 400 000	370 000	740 000

Fuente: previsiones de la FAO para 2012.

4.1.1.5. Precios

Es muy difícil tener un cuadro preciso de los precios de los cítricos orgánicos, ya que se dispone de muy escasos datos fiables. Además, los precios varían considerablemente a lo largo del tiempo y a través de las regiones. No es sorprendente que los precios de los cítricos sean superiores durante el verano (de mayo a septiembre) cuando la producción de la CE es muy reducida o inexistente. Los cítricos importados dominan en ese período de mercado.

Los precios son inferiores de diciembre a marzo, cuando el suministro de Italia y España es abundante.

Los sobrepuestos presentan también amplias variaciones entre los mercados, mientras que el sobrepuesto medio de la CE era del 65 por ciento, la prima varió entre el 17 por ciento en Grecia y el 144 por ciento en Finlandia. No es

sorprendente que el sobreprecio sea inferior en los países productores de cítricos. En cambio, es inferior en países en los que una parte sustancial de la producción de frutas orgánicas se vende a través de cadenas de supermercados (por ej., el Reino Unido, los Países Bajos, Austria y Suecia), ya que los supermercados aplican un sobreprecio inferior al de las tiendas especializadas en alimentos orgánicos.

No obstante, esos sobreprecios a los consumidores inferiores sólo pueden reflejar una mejor eficiencia de gestión y no se plasman forzosamente en precios superiores para los proveedores.

En general en los últimos años se ha producido una tendencia a la baja de los precios de los cítricos orgánicos a todos los niveles (la explotación agrícola, la venta al por mayor y la venta al por menor). En España e Italia algunos cultivadores no venden sus productos como orgánicos, ya que el sobreprecio no bastaría para cubrir los gastos de certificación.

4.1.1.6. Oferta del mercado

Hay naranja, mandarina, lima, limón y toronja. La idea es industrializarlos. Se cosechan 80.000 toneladas al año, pero la demanda es de 320.000.

Para Alfonso Valarezo, miembro del Programa Fruticultura del Inia Portoviejo, los cítricos, en especial la naranja y mandarina, son consideradas los frutos más importantes del mundo por su industrialización, uso casero y empleo en la medicina, por su alto contenido de vitamina C.

"La producción se sitúa en los siguientes porcentajes: 66 por ciento, naranjas; 17 por ciento mandarinas; 10 por ciento, limones; y el siete por ciento, toronjas.

Los mayores productores son Brasil, EE.UU., España y México. Y los mayores importadores, Alemania, Francia, Holanda, Rusia e Inglaterra". En el 2013, el INEC señaló que se cultivaron 20.120 hectáreas; de éstas 12.470 fueron de naranjas; 4.260, limón; y 3.330, mandarinas. Ecuador exportó en ese mismo año 1.003 kilos de naranjas (823 Colombia), 321.856 kilos de limones, 235.856 a EE.UU. 59.281 a Alemania y 26.700 a Bélgica. En jugo de naranja se exportaron 156.481 kilos a Perú (67.554) y a Colombia (63.310).

Valarezo señaló que ya que la citricultura tiene un gran futuro, el Iniap organizó hace seis años los Grupos de Transferencia de Tecnología (GTT). Uno de sus objetivos es proporcionar tecnología a los productores que se agrupan bajo un cierto cultivo. Hay una red de GTT en Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Manabí con 30 grupos y 527 productores frutícolas que tienen 1.081 hectáreas.

En la zona subtropical de Bolívar también se trabaja en ello, y técnicos de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la U. Estatal de Bolívar introdujeron 16 variedades de cítricos y asesoran a los productores.

"Aquí se producen más de 80.000 toneladas de naranja al año. Pero, esa producción no satisface la demanda nacional", dijo Geovanny Ramos, técnico del MAG y de la universidad.

4.1.1.7. Tipo de demanda del producto

La demanda de jugo de naranja es sostenida ya que el mercado Europeo se encuentra en crecimiento debido al aumento en su población al igual que en el

resto de la Unión Europea, en Alemania se ha registrado un cambio importante en los hábitos de consumo de alimentos, con una creciente inclinación hacia los productos saludables (entre los cuales las frutas y verduras frescas ocupan un lugar importante) y poca disposición a destinar más allá de 15 minutos en la preparación de las comidas, lo cual ha generado una preferencia y alta demanda por productos fáciles de preparar.”

Los principales aspectos involucrados a la hora de tomar la decisión de compra son: El sabor, la facilidad de consumo, el aspecto externo, la relación precio/calidad y las características saludables del producto. Adicionalmente, “dado que los consumidores alemanes conceden gran importancia a la frescura y a la inocuidad en las frutas y verduras frescas, se ha generado un creciente consumo de productos orgánicos. “Por las condiciones climáticas, la producción de frutas en Alemania es muy limitada tanto en variedad como en la época de oferta y, por esta razón, tiende a registrar variaciones que no satisfacen al mercado.

Las estadísticas del Banco Central muestran registro de exportaciones con sucesivos incrementos de las exportaciones de frutas exóticas así como de su precio, lo que demuestra una tendencia regular de las exportaciones desde el país hacia el mundo. Analizando las exportaciones de sandía de nuestro país, en los últimos años encontramos que los principales compradores son: Holanda, España, Alemania, Colombia, Reino Unido, Bélgica, Estados Unidos y Rusia.

4.1.1.8. Producción y ventas de las industrias dedicadas a las conservas y jugos de frutas a nivel de producto

Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Coordinación: Hugo Jácome Investigación: Mélani Gualavisí

FLACSO – MIPRO:

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

Dentro de la categoría de frutas deshidratadas, el banano y las nueces concentran más del 90% del total producido y vendido, con 69,4% y 24,4% respectivamente dentro del total de la categoría. La piña deshidratada por su parte ocupa un 6% aproximadamente. El resto de frutas tiene porcentajes muy poco representativos.

La categoría más importante dentro de toda la industria de jugos y conservas de frutas, es la de los jugos, en donde se destaca la participación del jugo de maracuyá con un porcentaje de alrededor del 40% dentro del total.

Dentro de las mermeladas y dulces de frutas, el rubro más importante es el de la mermelada de frutilla con un 35% de participación aproximado, dentro de producción y ventas.

Para las pastas y purés de frutas, las categorías más importantes son el puré de banano con un 52% en producción y un 54% en ventas; y con la salsa de tomate con un 24% en producción y un 26% en ventas. El resto se reparte entre las diferentes variedades de frutos.

Finalmente, dentro de la categoría de pulpas de fruta la más importante es la de maracuyá con un 21% en producción y 15% en ventas, seguida de la de coco con un 11% en producción y 18% en ventas, y la de mango con 8% en producción y 23% en ventas.

4.1.1.9. Insumos

Como se menciona continuamente, la agroindustria, y dentro de ella, la industria de jugos y conservas, manejan varios encadenamientos productivos con las industrias proveedoras de materias primas y otros insumos. No obstante, a diferencia de otro tipo de industrias como la construcción, la mayor parte de insumos son nacionales. La categoría que tiene un mayor porcentaje de insumos importados es la de pastas y purés de frutas con un 12,5%, en el resto de industrias, los porcentajes están por debajo del 10%.

4.1.1.10. Importaciones

Analizando las importaciones, nuevamente las categorías más importantes son las defrutadas preparadas o conservadas (44%), jugos (13%) y la de compotas y mermeladas (24%). No obstante, otras categorías pasan a ser representativas: los tomates preparados y conservados ocupan un 17% y las frutas conservadas en vinagre un 1%. Nuevamente, dentro de la categoría de jugos de frutas se destacan el jugo de manzana con un 8.5%, el de naranja con un 8.2% y el de uva con un 15%; el resto de jugos en base a otras frutas tienen porcentajes de representatividad muy pequeños.

4.1.1.11. La Agroindustria en el Ecuador

La agroindustria “es la actividad de manufactura mediante la cual se conservan y transforman materias primas procedentes de la agricultura, de lo pecuario, lo forestal y la pesca”, involucrando procesos de conservación, empaquetamiento, y de producción a través de métodos modernos y de gran inversión de capital.

En Ecuador, la agroindustria es uno de los sectores más importantes para el desarrollo debido a que esta genera varios efectos macroeconómicos como la creación de puestos de trabajo, la contribución al sector industrial y el ingreso de divisas por exportación de productos procesados en base a bienes agrícolas

tradicionales o no tradicionales. Adicionalmente, del desempeño de este sector depende el garantizar la soberanía alimentaria en el país, el cual es uno de los objetivos dentro del Plan Nacional del Buen Vivir.

La agroindustria representa un 4.5% dentro del PIB. Cabe mencionar que esta categoría engloba a la fabricación de carne, camarón, productos acuáticos, elaboración de aceites y grasas vegetales, elaboración de productos lácteos, de molinería, de panadería, de cacao, de café, de bebidas alcohólicas y no alcohólicas y otros productos alimenticios diversos.

4.1.1.12. La Cadena Agro productiva

Durante los últimos 30 años, los sectores: agrícola y agroindustrial, se han modernizado y desarrollado gracias al proceso de globalización y a los avances tecnológicos; lo cual generó un incremento generalizado de la demanda por esta clase de productos. De esta manera, aparece el concepto de agricultura ampliada, el cual se refiere al hecho de que la agricultura se orienta hacia actividades económico-productivas y no únicamente a la producción primaria; en un marco que engloba el entorno político, ambiental y social.

De esta manera, la agroindustria genera diversos encadenamientos productivos, de las industrias encargadas de proveer los insumos. “Dentro de la visión de sistema agro productivo, un enfoque muy utilizado es el de cadena agro productiva”. La cadena agro productiva se define como “una realidad económica y social constituida por un conjunto de actores que interactúan dentro de un sistema y se interrelacionan para satisfacer necesidades de mercados específicos”.

La cadena se compone por varios eslabones: la producción, la cosecha, el pos cosecha, la comercialización que incluye transporte y almacenamiento, la industrialización que engloba la conservación y transformación de alimentos, la distribución final y el consumo.

De esta manera, la agroindustria engloba a varias industrias encargadas de proveer insumos y materias primas: industria agrícola; la industria de químicos; de madera y papel; la de maquinaria, en donde la mayor parte de equipos son importados, en especial los que son automatizados, únicamente las máquinas más simples son de origen nacional, las cuales se utilizan en productos artesanales; entre otras.

El eslabón industrial dentro de la cadena es uno de los más importantes ya que es donde se adiciona valor agregado a materias primas. No obstante, dentro de este hay mucha heterogeneidad. Así en primer lugar, hay la división entre empresas micro, pequeñas, medianas y grandes, clasificadas de acuerdo a diferentes criterios (mano de obra o inversión).

Por otro lado, las diferencias también radican en la ubicación geográfica, distinguiendo entre productores urbanos y rurales; y por las mismas actividades de transformación y su nivel de complejidad para las 2010, 3318 empresas eran agroindustriales, dentro de un total de 51000.

El 52% se encontraban en Guayas, el 30% en Pichincha, el 4% en el Oro y el 14% en el resto de provincias) Además, el 48% de estas industrias se dedica a la elaboración de productos alimenticios, el 23% a productos no alimenticios y el 29% a otro tipo de bienes agrícolas. A su vez, el 37% son compañías limitadas y el 35% son personas naturales, y la mayoría son pequeñas y medianas empresas.

4.1.1.13. Frutas tradicionales

La producción de frutas tradicionales en el Ecuador es muy variada, entre otras tenemos:

Naranja, limón, lima, mandarina, papaya, melón, aguacate, etc.

4.1.1.14. El Sector de Jugos y Conservas de Frutas

Dentro de la agroindustria, un sector importante es la elaboración de jugos y conservas de frutas. Estos sectores, se han desarrollado en los últimos años gracias al gran potencial que posee el Ecuador como productor de materias primas agrícolas. A partir de esta sección, el análisis se centrará en el sector de alimentos y bebidas, y más específicamente, en el de jugos y conservas de frutas

Gráfico 2. Evolución de exportaciones de frutas no tradicionales



Fuente: Banco Central Del Ecuador

Autor: Dirección de Inteligencia de Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR

4.1.1.15. Sector de conservas

El sector de las conservas se constituye por empresas locales procesadoras de frutas y vegetales en conserva tanto para el mercado nacional como internacional. Estas empresas se basan en ventajas competitivas como la alta diversidad de la materia prima debido a la favorable ubicación geográfica del Ecuador, y los precios competitivos de las mismas. No obstante, los problemas que se presentan tienen que ver con la calidad y con la capacidad de abastecer al mercado.

Para la fabricación de conservas, son varias las industrias participantes, ya que los encadenamientos productivos también son amplios. Por ejemplo, entra directamente la industria agrícola quien provee el principal insumo, la industria de conservantes y preservantes alimenticios, la industria de fabricación de maquinaria y la industria de materiales de empaquetamiento y transporte.

Según el volumen de ventas al 2012, las empresas productoras más importantes a nivel nacional son las siguientes:

Grafico 3. Principales productos y destinos frutas no tradicionales

Destinos	Unidades	Ene-Abr			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
CHILE	Fob Miles USD	4,213	5,769	3,458	36.92%	-40.06%	42.03%
	Toneladas	7,931	8,885	6,740	12.03%	-24.14%	28.71%
ESTADOS UNIDOS	Fob Miles USD	6,050	3,060	1,382	-49.41%	-54.85%	22.30%
	Toneladas	10,527	4,400	1,848	-58.20%	-58.00%	14.22%
ALEMANIA	Fob Miles USD	1,156	974	1,705	-15.71%	75.00%	7.10%
	Toneladas	2,561	2,261	2,343	-11.74%	3.65%	7.30%
ESPAÑA	Fob Miles USD	2,114	890	444	-57.90%	-50.09%	6.48%
	Toneladas	4,887	2,091	692	-57.21%	-66.93%	6.76%
BÉLGICA	Fob Miles USD	753	842	798	11.80%	-5.20%	6.13%
	Toneladas	1,358	1,664	1,242	22.53%	-25.35%	5.38%
OTROS PAÍSES	Fob Miles USD	6,455	2,191	4,585	-66.05%	109.27%	15.96%
	Toneladas	28,034	11,651	9,847	-58.44%	-15.48%	37.64%
TOTAL	Fob Miles USD	20,740	13,726	12,372	-33.82%	-9.87%	100%
	Toneladas	55,298	30,951	22,712	-44.03%	-26.62%	100%

Principales Subpartidas	Unidades	Ene-Abr			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
0804.30.00.00 PIÑAS (ANANÁS) FRESCAS Y SECAS	Fob Miles USD	12,094	8,517	8,356	-29.57%	-1.89%	62.05%
	Toneladas	24,851	16,074	16,199	-35.32%	0.77%	51.93%
0804.50.20.00 MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	Fob Miles USD	4,454	3,136	1,205	-29.60%	-61.57%	22.85%
	Toneladas	15,097	8,312	2,211	-44.94%	-73.40%	26.85%
0807.20.00.00 PAPAYAS FRESCAS	Fob Miles USD	2,089	958	1,322	-54.13%	37.97%	6.98%
	Toneladas	3,916	1,561	1,426	-60.15%	-8.65%	5.04%
0810.90.40.00 PITAHAYAS (CEREUS SPP.) FRESCAS	Fob Miles USD	129	263	349	104.50%	32.60%	1.92%
	Toneladas	22	34	38	55.43%	12.75%	0.11%
0804.40.00.00 AGUACATES (PALTAS) FRESCOS O SECOS	Fob Miles USD	260	174	118	-33.03%	-32.29%	1.27%
	Toneladas	4,119	2,762	1,914	-32.94%	-30.72%	8.92%
OTROS PRODUCTOS	Fob Miles USD	1,714	678	1,022	-60.47%	50.83%	4.94%
	Toneladas	7,294	2,209	925	-69.72%	-58.12%	7.14%
TOTAL	Fob Miles USD	20,740	13,726	12,372	-33.82%	-9.87%	100.00%
	Toneladas	55,298	30,951	22,712	-44.03%	-26.62%	100.00%

El sector Frutas No Tradicionales está conformado por 40 subpartidas según la clasificación de PRO ECUADOR



Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Autor: Dirección de Inteligencia de Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR

4.1.1.16. Análisis Input-Output

Como toda actividad que engloba la agroindustria, la producción de alimentos procesados implica varios aspectos como la calidad de las materias primas, el proceso de elaboración, los cambios químicos durante el almacenamiento, el empaque, la maquinaria y el equipo utilizado. Es por esto, que dentro de la industria de conservas de frutas, es importante analizar la cadena que esta genera. En primer lugar, los proveedores, son quienes se encargan de abastecer de materias primas e insumos necesarios para completar el proceso productivo.

El poder de negociación que estos tengan depende del nivel de organización gremial de la industria y de esta manera fijan las condiciones de precio y tamaño del pedido. Por otro lado, en cuanto a los compradores, estos se encuentran divididos en nacionales e internacionales, siendo este segundo grupo muy importante. El poder de los mismos radica en sus exigencias en cuanto a calidad, presentación y el manejo del producto.

Dentro de la industria agrícola, que provee insumos, la más representativa analizando la oferta total de productos, es la del banano con un 84% dentro del total. Posteriormente, le siguen la piña con un 3%, la manzana y maracuyá, ambas con un 2% y el mango, la naranja, la mora la papaya, la mandarina y el tomate de árbol con un 1%.

4.1.1.17. Producción y ventas

La industria de jugos y conservas de frutas se divide principalmente en cinco categorías: jugos y concentrados de frutas, pastas y purés de frutas, pulpas de fruta, frutas deshidratadas, y mermeladas y dulces de frutas. La producción se concentra en jugos y concentrados con un 55,4% del valor total, seguido por las pastas y purés con un 26% abarcando de esta manera más del 80%. Similar

composición se tiene al analizar las ventas con 49,5% correspondiente a jugos y un 28% a pastas y purés.

Al momento de analizar volumen en unidades producidas, tanto en ventas como en producción, se mantienen las dos categorías anteriores como las principales.

4.1.2. Estudio técnico

Considerando la oferta exportable, se determina la factibilidad técnica de producción y comercialización del jugo de naranja, el tamaño óptimo de la planta, la localización adecuada, identificar el proceso productivo, y todos los requerimientos necesarios para poner en marcha el proyecto.

El objetivo del estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de producción y comercialización del producto, de acuerdo a las necesidades y costos del proyecto, definición del tamaño, instalaciones requeridas, equipos y maquinarias, que deberán ser adquiridos para la comercialización del jugo de naranja.

4.1.2.1. Localización óptima de la planta.

4.1.2.1.1. Macro localización

La naranja se cultiva en la provincia de Los Ríos, por tal motivo se realiza la Macro Localización en Los Ríos, ciudad de Ventanas.

4.1.2.1.2. Micro localización

La planta estará ubicada en el cantón Ventanas. Vía a Echeandía km.5

Se tomó en cuenta los siguientes factores:

Cercanía al puerto de embarque

Costo del terreno

Disponibilidad y costo de mano de obra calificada

Disponibilidad de transporte y vías.

El lugar ideal es en la vía Ventanas Echeandía.

4.1.2.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, se relaciona directamente con el nivel de producción de la planta, además de la infraestructura, dentro de un plazo establecido. Se cuenta con un terreno de un área de 1300mts para instalar una nave industrial, bodega y oficina, la capacidad de la planta estará en función de la disponibilidad de la materia prima.

4.1.2.3. Factores determinantes sobre el tamaño de la planta:

4.1.2.3.1. La demanda

Se considera un factor importante a la demanda para definir el tamaño de la planta, los resultados obtenidos de la investigación constituyen la base para cumplir este objetivo.

4.1.2.3.2. Materias primas e insumos

Para que la planta realice el proceso de producción debe haber las suficientes materias primas e insumos de calidad, siempre tomando en cuenta las exigencias de los potenciales consumidores.

4.1.2.3.3. Tecnología y equipos

Es importante que el tamaño de planta la tecnología y equipos adecuados para el manejo del proceso operativo.

4.1.2.3.4. Financiamiento

La disponibilidad de recursos económicos es un factor fundamental para el tamaño del proyecto, se obtendrá a través de dos fuentes, con recursos propios y a través del financiamiento con la banca pública.

4.1.2.3.5. Descripción del producto y del proceso

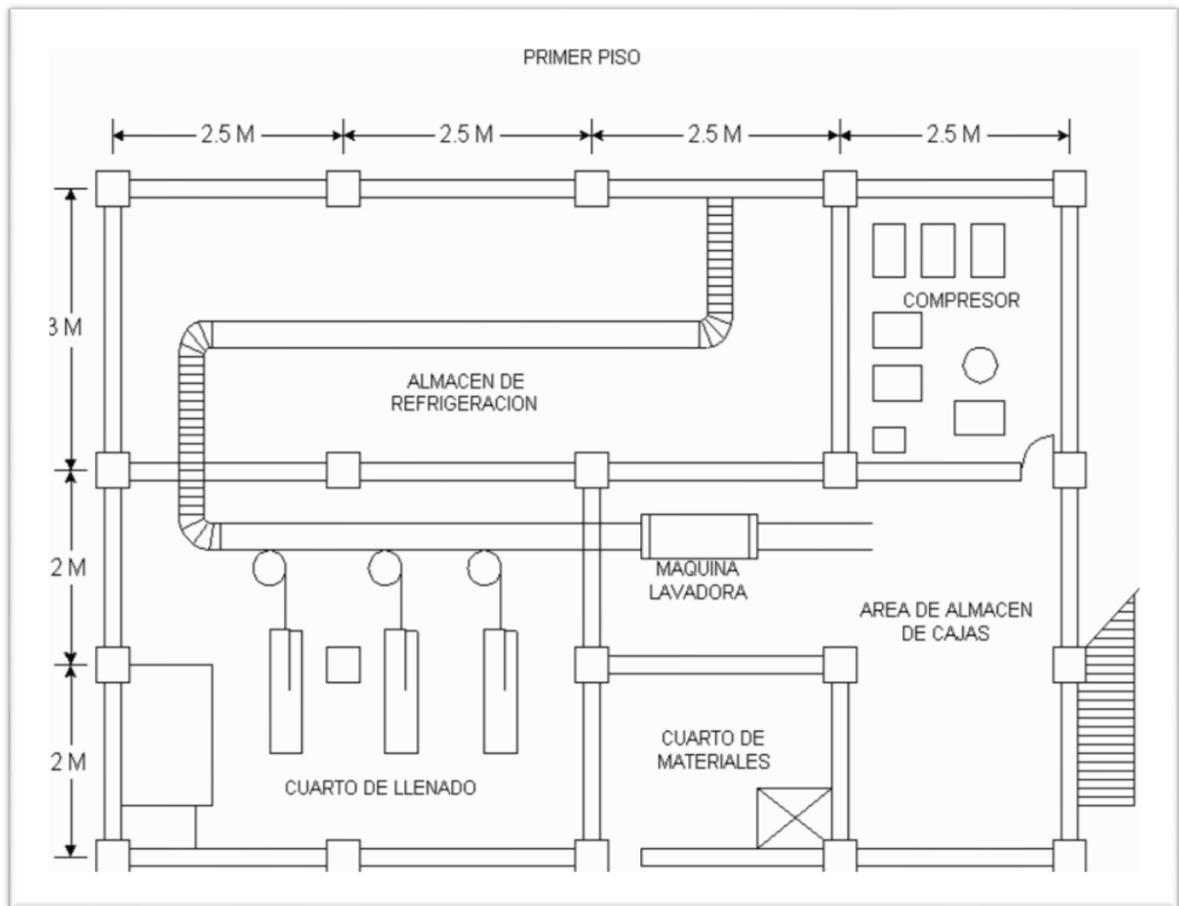
El jugo, es la parte líquida de la fruta que se obtiene por la aplicación de presión sobre ésta. Los jugos se elaboran a partir de frutas cítricas, manzanas, uvas y piña. El jugo de naranja es el que más se elabora en el mundo y su valor nutritivo radica en su alto contenido de vitamina C.

Para obtener un jugo de naranja de alta calidad es recomendable usar fruta fresca, no obstante en la mayoría de las industrias el jugo se elabora a partir de una base concentrada que es más fácil de conservar y manipular.

La conservación del jugo de naranja natural se lleva a cabo por el tratamiento con calor (pasteurización), la asepsia durante la preparación y llenado, la baja acidez del producto, y la conservación en ambientes refrigerados.

El proceso de elaboración de jugo de naranja a partir de fruta fresca, consiste en seleccionar, lavar y exprimir las naranjas para extraer el jugo. Seguidamente se filtra para separar las semillas y sólidos en suspensión y por último se pasteuriza y llena en envases de vidrio, plástico, hojalata o cartón, según el nivel tecnológico que se tenga.

4.1.2.3.6. Instalaciones



El local debe cumplir con los requisitos de diseño higiénico que exige las autoridades de salud para el procesamiento de alimentos. Debe ser lo suficientemente grande para albergar las siguientes áreas: recepción de la fruta, sala de proceso, sección de empaque, bodega, laboratorio, oficina, servicios sanitarios y vestidor. La construcción debe ser en bloc repellado con acabado sanitario en las uniones del piso y pared para facilitar la limpieza.

Los pisos deben ser de concreto recubiertos de losetas o resina plástica, con desnivel para el desagüe. Los techos de estructura metálica, con zinc y cielorraso. Las puertas de metal o vidrio y ventanales de vidrio. Se recomienda el uso de cedazo en puertas y ventanas.

4.1.2.3.7. Equipo

- Balanza
- Extractor de jugos
- Selladora
- Termómetro
- Estufa (fuente de calor)
- Ollas
- Utensilios: cuchillos, paletas, colador, embudo
- Botellas de plástico o vidrio

4.1.2.4. Diagrama de flujo para jugo de naranja

4.1.2.4.1. Descripción del proceso

El proceso que se explica a continuación es para la elaboración de jugo de naranja, envasado en botellas plásticas de 1 litro y sin adición de preservan tés.

- 1) **Recepción:** consiste en cuantificar la materia prima que entra al proceso, es necesario usar balanzas limpias y calibradas.
- 2) **Selección:** se selecciona fruta madura con la relación °Brix/acidez adecuada. Se desecha la fruta verde, la excesivamente madura o que presente golpes y podredumbres.
- 3) **Lavado:** se hace para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. Se debe utilizar agua clorada.

- 4) **Extracción del jugo:** esta operación se puede hacer con una máquina industrial que recibe las naranjas enteras y realiza la extracción y filtración del jugo de una vez. También se puede utilizar un extractor doméstico (eléctrico) o uno manual.

- 5) **Filtrado:** el jugo se pasa por un colador de malla fina para separar las semillas y otros sólidos en suspensión.

- 6) **Pasteurizado:** el jugo recibe un tratamiento térmico de 65 °C durante 30 minutos (pasteurización). Una vez transcurrido el tiempo, la operación se completa con el enfriamiento rápido del producto hasta una temperatura de 5 °C, a fin de producir un choque térmico que inhibe el crecimiento de los microorganismos que pudieran haber sobrevivido al calor.

- 7) **Envasado:** el jugo se llena en envases de plástico, los cuales deben haber sido lavados, enjuagados con agua clorada y etiquetados. Al llenarlos se deja un espacio vacío, llamado espacio de cabeza, que equivale al 10% del tamaño interno del envase.

- 8) **Sellado:** la colocación de la tapa puede hacerse manual o mecánicamente, dependiendo del envase y el equipo con que se cuente.

- 9) **Embalaje y almacenado:** después de sellado, se procede a colocarle la etiquetilla con la fecha de vencimiento y por último se acomodan los envases en canastas plásticas para su almacenamiento en refrigeración.

4.1.2.5. Control de calidad

4.1.2.5.1. En la materia prima

Controlar que las frutas a procesar, sean frescas y estén sanas, es decir sin magulladuras, defectos o demasiado verdes.

4.1.2.5.2. En el proceso

Las operaciones de extracción, filtrado, pasteurización y envasado deben realizarse en forma rápida porque el jugo de naranja se oxida fácilmente y se altera el sabor. En el proceso se deben controlar la temperatura y tiempo de pasteurización, así como la temperatura de enfriamiento.

4.1.2.5.3. En el producto final

Verificar la relación °Brix/acidez, así como el color y sabor del jugo.

4.1.2.5.4. El producto en almacenamiento

El jugo envasado en botellas de vidrio y sin adición de preservantes tiene una vida útil en refrigeración de 7 a 10 días. Cuando el jugo se deteriora se vuelve más ácido y el sabor es desagradable.

4.1.2.5.5. Ambiente organizacional

Se tendrán en cuenta cuatro elementos sobre la organización de la planta:

- Cultura
- Estructura
- Incentivos
- Personal.

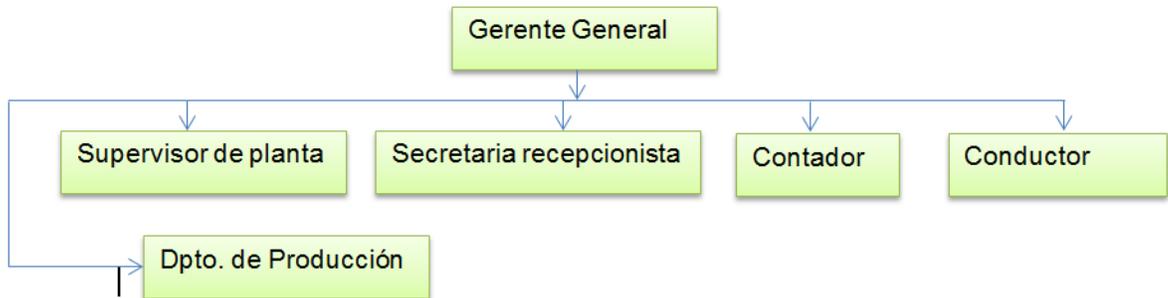
Cultura.-En la empresa todas las personas serán tratadas por igual sin que existan preferencias de acuerdo al nivel jerárquico, y a todas se las considerará como el principal insumo productivo de la compañía. A través de la comunicación se plantearán estrategias, soluciones para crecer en el mercado que lleve a la empresa al desarrollo.

La estructura.-La estructura de la planta estará dividida de acuerdo los niveles jerárquicos en áreas de compra y ventas, producción y financieros.

El personal.- El personal de la empresa es gente trabajadora con ideas y deseos de superación que se sienta parte de la empresa en crecimiento, edad mínima 20 años y experiencia en la actividad.

Factores sociales.- El Ecuador cuenta con el aprovechamiento de recursos naturales, siendo los más significativos el auge cacaotero, el banano, petróleo, cuenta con suelos y zonas climáticas diversas que ayudan a la diversificación de los productos necesarios para el consumo interno y la exportación. Lamentablemente existe migración interna, los habitantes abandonan las tierras, por lo este tipo de proyecto sirve para mejorar el nivel de vida aportando con plazas de trabajo y salario digno.

4.1.2.6. Organigrama de la empresa



4.1.2.6.1. Diseño de cargo y funciones

Cargo

Gerente General

Perfil

Ingeniero Administración de Empresas

Experiencia mínimo 2 años

Capacidad de dirección

Conocimientos básicos en herramientas informáticas

Actitud de trabajo en equipo

Competencias

Disponibilidad de tiempo completo

Relaciones con el sector comercial

Don de mando y liderazgo

Capacidad de evolución control y seguimiento de tareas

Cargo

Supervisor de planta

Perfil

Ingeniero Industrial

Experiencia mínimo 2 años

Capacidad de dirección

Conocimientos básicos en herramientas informáticas

Actitud de trabajo en equipo

Competencias

Disponibilidad de tiempo completo

Don de mando y liderazgo

Capacidad de evolución control y seguimiento de tareas

Cargo

Secretaria recepcionista

Perfil

Carrera técnica secretarial

Disponibilidad de tiempo completo

Capacidad de trabajo en equipo

Competencias

Capacidad de manejo en programas de computación

Cargo

Contador

Perfil

CPA Contador Público Autorizado

Experiencia mínima 2 años en el cargo

Manejo de sistemas informáticos

Competencias

Disponibilidad de tiempo completo

Don de mando y liderazgo

Excelente expresión oral y escrita

Capacidad de evaluación y control

Cargo

Conductor

Perfil

Licencia profesional tipo C

Experiencia 2 años

Cargo

Dpto. de Producción

Perfil

Ing. de Producción de alimentos

Comprometido con su trabajo

Manejo en conocimiento de maquinaria industrial

Manejo y conocimiento sobre el proceso de producción

4.1.2.7. Factores Tecnológicos

4.1.2.7.1. Trámite de exportación

Para poder realizar la exportación se debe cumplir con los siguientes requisitos.

1) Declaración de exportación

Todas las exportaciones deben presentar la declaración aduanera de exportación y llenarlas según las instrucciones contenidas en el manual de despacho de exportaciones en el distrito aduanero donde se tramita la exportación. Para cualquier operación de comercio exterior es necesario cumplir con una serie de documentos que demuestren la legalidad de la transacción.

2) Documentos para la exportación

Fuente:(Servicio Nacional de Aduana del Ecuador Senae)

- 1. Factura comercial.-** Documento que especifica los productos y el valor a pagar.
- 2. Lista de empaque:** Documento que muestra la lista de los productos a comercializar con todas sus especificaciones.
- 3. Certificado de origen.-**Documento que contiene la descripción del origen del producto.
- 4. Certificado fitosanitario.-** Documento que se requiere para ciertos productos para garantizar el cumplimiento de normas.
- 5. Certificado Sanitario.-** Documento en donde consta que el producto es fabricado bajo un registro sanitario del país de origen.

6. **Certificado de procedencia orgánica.-** Documento que asegura al receptor de la mercadería, el origen orgánico del producto.
7. **Conocimiento de embarque (B/L).-** Documento que se emite cuando los productos viajan por medio marítimo que contiene datos sobre la mercancía, el emisor y el receptor.
8. **Declaración aduanera de exportación.-** Documento que establece obligaciones con la aduana.
9. **Póliza de seguro,-** Póliza que cubre la mercadería de todo tipo de riesgo durante el embarque.

Cuadro 4. Requerimiento de materia prima

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Naranjas	Ciento	280	\$ 7,00	\$ 1.960,00	\$ 3.520,00
Miel de abeja	Litros	40	\$ 35,00	\$ 1.400,00	\$16.800,00
Imprevistos 4%				\$ 134,40	\$ 1.612,80
Total				\$ 3.494,40	\$41.932,80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 5. Materiales Indirectos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Etiquetas	Rollo	4	\$ 40,35	\$ 161,40	\$ 1.936,80
Plásticos	Rollo	4	\$ 35,33	\$ 141,3	\$ 750,00
Imprevisto 4%				\$ 12,11	\$ 145,30
Total				\$ 314,81	\$ 3.777,70

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 6. Costos de producción

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Jugo de naranja	Litro	5760	\$ 0,37	\$ 2.111,20	\$ 25.334,40
Materiales Indirectos	Unidad	5760	\$ 0,05	\$ 314,81	\$ 3.777,70
Total de Costo de Producción			\$ 0,42	\$ 2.426,01	\$ 29.112,10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 7. Gastos Aduaneros

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Documentos de Exportación	Embarque	1	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Transporte Interno	Contenedor	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Almacenaje	Contenedor	1	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Trámites aduaneros	Embarque	1	\$175,00	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Manipuleo de carga	Contenedor	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Gastos varios	Embarque	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Total de Gastos Aduaneros					\$15.360,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 8. Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
3	Mesa Auxiliar	110,00	330,00
4	Escritorios	150,00	600,00
2	Sofá	160,00	320,00
23	Silla ejecutiva	80,00	1.840,00
4	Archivadores	90,00	360,00
4	Silla tripersonales	160,00	640,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		4.090,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco.

Cuadro 9. Equipos de cómputo

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
2	Computadora	850,00	1.700,00
2	Teléfonos	70,00	140,00
2	Aire acondicionado SMS split 12000 btu	900,00	1.800,00
4	Impresora Epson L555	300,00	1.200,00
	Total de equipos de computo		4.840,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 10. Materiales Directos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Etiquetas	Unidad	5760	\$ 0,02	\$ 115,20	\$ 1.382,40
Plásticos	Unidad	5760	\$ 0,04	\$ 230,40	\$ 2.764,80
Envase	Unidad	5760	\$ 0,30	\$ 1.728,00	\$20.736,00
Cartón de empaque	Unidad	384	\$ 0,50	\$ 192,00	\$ 2.304,00
Tapas de envase	Unidad	5760	\$ 0,02	\$ 115,20	\$ 1.382,40
Imprevisto 4%				\$ 82,94	\$ 995,33
Total				\$ 2.463,74	\$29.564,93

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 11. Gastos aduaneros

Descripción	Unidad de medida	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Documentos de Exportación	Embarque	1	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Transporte Interno	Contenedor	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Almacenaje	Contenedor	1	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Trámites aduaneros	Embarque	1	\$ 175,00	\$ 175,00	\$2.100,00
Manipuleo de carga	Contenedor	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$3.000,00
Costo por cartones	Embarque	384	\$ 5,00	\$1.920,00	\$23.040,00
Gastos varios	Embarque	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Total de Gastos Aduaneros					\$38.400,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco.

4.1.3. Estudio económico

Cuadro 12. Inversiones

INVERSIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Valor TOTAL	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE STOCK						
Tina de Acero Inoxidable	1	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	8	\$ 165,00	\$ 13,75
Ducha de presión	3	\$ 20,00	\$ 67,20	8	\$ 8,40	\$ 0,70
Maquina exprimidora manual	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	8	\$ 131,25	\$ 10,94
tina pared simple	1	\$ 950,00	\$ 1.064,00	8	\$ 133,00	\$ 11,08
Balanza electrónica	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	8	\$ 137,50	\$ 11,46
Maquina Envasadora	1	\$ 240,00	\$ 268,80	8	\$ 33,60	\$ 2,80
Máquina para pasteurizar	1	\$ 910,00	\$ 910,00	8	\$ 113,75	\$ 9,48
Terreno	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	0	\$ -	\$ -
Construcción	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	20	\$ 1.000,00	\$ 83,33
Camioneta Chevrolet D Max 4x4 Diesel	1	\$ 39.900,00	\$ 39.900,00	5	\$ 7.980,00	\$ 665,00
TOTAL			\$ 75.680,00		\$ 9.702,50	\$ 808,54
AREA ADMINISTRATIVA						
Computadores	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00	5	\$ 340,00	\$ 28,33
Muebles y Enseres	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	\$ 66,67
Impresora Multifuncional	2	\$ 300,00	\$ 600,00	5	\$ 120,00	\$ 10,00
Teléfonos	2	\$ 70,00	\$ 140,00	5	\$ 28,00	\$ 2,33
Archivadores	2	\$ 90,00	\$ 180,00	5	\$ 36,00	\$ 3,00
Acondicionares de Aire de 1200 Btu/h	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	5	\$ 360,00	\$ 30,00
Adecuación del Negocio	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	5	\$ 500,00	\$ 41,67
Instalación Redes y Comunicación	1	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00	5	\$ 248,00	\$ 20,67
TOTAL			\$ 12.160,00		\$ 2.432,00	\$ 202,67
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 87.840,00		\$ 12.134,50	\$ 1.011,21

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 13. Gastos Pre-operacionales

GASTOS	Valor Total
Gastos legales	\$ 500,00
Permisos	\$ 150,00
Gastos de Imagen Corporativa	\$ 1.500,00
Gastos de Investigación de Mercado	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 3.350,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 14. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
Total inversión fija	\$ 87.840,00
Total gastos pre-operacionales	\$3.350,00
Capital de trabajo	\$39.140,61
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$130.330,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 15. Ciclo de efectivo

CICLO DE EFECTIVO	
Días de Inventario	60
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 16. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
Costo de Ventas	\$171.098,34
Gastos Administrativos	\$63.745,30
Capital Anual Operaciones	\$234.843,64
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	60 Días
CAPITAL DE TRABAJO	\$39.140,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

El capital de trabajo se lo calcula de la suma de los costó de venta más los gastos administrativos dividido para el ciclo de efectivo en día que necesita la empresa para comenzar sus actividades.

Cuadro 17. Financiamiento del proyecto

Capital Propio	\$ 39.099,18	30,0%
CAPITAL REQUERIDO	\$ 91.231,42	70,0%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 18. Condiciones del crédito

Condiciones del Crédito		
Valor del Préstamo	\$ 91.231,42	
Periodos de pago	60	meses
Tasa de interés	12%	
Forma de capitalización	mensual a 5 años	
PAGOS MENSUALES		\$ 2.029,39

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 19. Tabla de Amortización Banco Guayaquil

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0				\$ 91.231,42
1	\$ 1.117,08	\$ 912,31	\$ 2.029,39	\$ 90.114,35
2	\$ 1.128,25	\$ 901,14	\$ 2.029,39	\$ 88.986,10
3	\$ 1.139,53	\$ 889,86	\$ 2.029,39	\$ 87.846,57
4	\$ 1.150,93	\$ 878,47	\$ 2.029,39	\$ 86.695,64
5	\$ 1.162,44	\$ 866,96	\$ 2.029,39	\$ 85.533,20
6	\$ 1.174,06	\$ 855,33	\$ 2.029,39	\$ 84.359,14
7	\$ 1.185,80	\$ 843,59	\$ 2.029,39	\$ 83.173,34
8	\$ 1.197,66	\$ 831,73	\$ 2.029,39	\$ 81.975,68
9	\$ 1.209,64	\$ 819,76	\$ 2.029,39	\$ 80.766,05
10	\$ 1.221,73	\$ 807,66	\$ 2.029,39	\$ 79.544,31
11	\$ 1.233,95	\$ 795,44	\$ 2.029,39	\$ 78.310,36
12	\$ 1.246,29	\$ 783,10	\$ 2.029,39	\$ 77.064,07
13	\$ 1.258,75	\$ 770,64	\$ 2.029,39	\$ 75.805,32
14	\$ 1.271,34	\$ 758,05	\$ 2.029,39	\$ 74.533,98
15	\$ 1.284,05	\$ 745,34	\$ 2.029,39	\$ 73.249,93
16	\$ 1.296,89	\$ 732,50	\$ 2.029,39	\$ 71.953,04
17	\$ 1.309,86	\$ 719,53	\$ 2.029,39	\$ 70.643,17
18	\$ 1.322,96	\$ 706,43	\$ 2.029,39	\$ 69.320,21
19	\$ 1.336,19	\$ 693,20	\$ 2.029,39	\$ 67.984,02
20	\$ 1.349,55	\$ 679,84	\$ 2.029,39	\$ 66.634,47
21	\$ 1.363,05	\$ 666,34	\$ 2.029,39	\$ 65.271,42
22	\$ 1.376,68	\$ 652,71	\$ 2.029,39	\$ 63.894,74
23	\$ 1.390,45	\$ 638,95	\$ 2.029,39	\$ 62.504,30
24	\$ 1.404,35	\$ 625,04	\$ 2.029,39	\$ 61.099,95
25	\$ 1.418,39	\$ 611,00	\$ 2.029,39	\$ 59.681,56
26	\$ 1.432,58	\$ 596,82	\$ 2.029,39	\$ 58.248,98
27	\$ 1.446,90	\$ 582,49	\$ 2.029,39	\$ 56.802,08
28	\$ 1.461,37	\$ 568,02	\$ 2.029,39	\$ 55.340,70
29	\$ 1.475,99	\$ 553,41	\$ 2.029,39	\$ 53.864,72
30	\$ 1.490,75	\$ 538,65	\$ 2.029,39	\$ 52.373,97
31	\$ 1.505,65	\$ 523,74	\$ 2.029,39	\$ 50.868,32
32	\$ 1.520,71	\$ 508,68	\$ 2.029,39	\$ 49.347,61
33	\$ 1.535,92	\$ 493,48	\$ 2.029,39	\$ 47.811,69
34	\$ 1.551,28	\$ 478,12	\$ 2.029,39	\$ 46.260,42
35	\$ 1.566,79	\$ 462,60	\$ 2.029,39	\$ 44.693,63
36	\$ 1.582,46	\$ 446,94	\$ 2.029,39	\$ 43.111,17
37	\$ 1.598,28	\$ 431,11	\$ 2.029,39	\$ 41.512,89
38	\$ 1.614,26	\$ 415,13	\$ 2.029,39	\$ 39.898,63

39	\$ 1.630,41	\$ 398,99	\$ 2.029,39	\$ 38.268,22
40	\$ 1.646,71	\$ 382,68	\$ 2.029,39	\$ 36.621,51
41	\$ 1.663,18	\$ 366,22	\$ 2.029,39	\$ 34.958,34
42	\$ 1.679,81	\$ 349,58	\$ 2.029,39	\$ 33.278,53
43	\$ 1.696,61	\$ 332,79	\$ 2.029,39	\$ 31.581,92
44	\$ 1.713,57	\$ 315,82	\$ 2.029,39	\$ 29.868,34
45	\$ 1.730,71	\$ 298,68	\$ 2.029,39	\$ 28.137,64
46	\$ 1.748,02	\$ 281,38	\$ 2.029,39	\$ 26.389,62
47	\$ 1.765,50	\$ 263,90	\$ 2.029,39	\$ 24.624,12
48	\$ 1.783,15	\$ 246,24	\$ 2.029,39	\$ 22.840,97
49	\$ 1.800,98	\$ 228,41	\$ 2.029,39	\$ 21.039,99
50	\$ 1.818,99	\$ 210,40	\$ 2.029,39	\$ 19.221,00
51	\$ 1.837,18	\$ 192,21	\$ 2.029,39	\$ 17.383,81
52	\$ 1.855,55	\$ 173,84	\$ 2.029,39	\$ 15.528,26
53	\$ 1.874,11	\$ 155,28	\$ 2.029,39	\$ 13.654,15
54	\$ 1.892,85	\$ 136,54	\$ 2.029,39	\$ 11.761,30
55	\$ 1.911,78	\$ 117,61	\$ 2.029,39	\$ 9.849,52
56	\$ 1.930,90	\$ 98,50	\$ 2.029,39	\$ 7.918,62
57	\$ 1.950,21	\$ 79,19	\$ 2.029,39	\$ 5.968,41
58	\$ 1.969,71	\$ 59,68	\$ 2.029,39	\$ 3.998,71
59	\$ 1.989,41	\$ 39,99	\$ 2.029,39	\$ 2.009,30
60	\$ 2.009,30	\$ 20,09	\$ 2.029,39	\$ (0,00)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 20. Costos de ventas

COSTO TOTAL DIRECTOS DE IMPORTACION					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$41.932,80	\$ 47.803,39	\$ 54.495,87	\$ 62.125,29	\$ 70.822,83
Materiales Directo	\$29.564,93	\$ 33.704,02	\$ 38.422,58	\$ 43.801,74	\$ 49.933,99
Gastos Aduaneros	\$ 38.400	\$ 43.776,00	\$ 49.904,64	\$ 56.891,29	\$ 64.856,07
Costo de Ventas	\$80.332,80	\$ 91.579,39	\$ 104.400,51	\$ 119.016,58	\$ 135.678,90

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 21. Ingreso por ventas mensual

Ingresos de Ventas				
Detalles	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Anual
Jugo de naranja	5760	4	23040	276480

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 22. Ingreso por ventas anual

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jugo de naranja	\$ 276.480,00	\$ 315.187,20	\$359.313,41	\$409.617,29	\$466.963,71
INGRESOS ANUALES	\$ 276.480,00	\$ 315.187,20	\$359.313,41	\$409.617,29	\$466.963,71

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 23. Gastos administrativos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente General	1	\$750,00	\$ -	\$ 750,00	\$ 750,00
Supervisor de planta	1	\$ 650,00		\$ 650,00	\$ 650,00
Secretaria recepcionista	1	\$ 450,00		\$ 450,00	\$ 450,00
Conductor	1	\$ 600,00		\$ 600,00	\$ 600,00
Contador	1	\$ 400,00		\$ 400,00	\$ 400,00
Aporte patronal	0			\$ 317,78	\$ 317,78
Décimo cuarto	5				\$ 141,67
Décimo tercero	0	\$ 400,00		\$ -	\$ 237,50
TOTAL				\$ 3.167,78	\$ 3.546,94

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 24. Total de gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 42.563,30	\$ 42.563,30	\$ 42.563,30	\$ 42.563,30	\$ 42.563,30
Serv. Básicos / año	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Suministros al año	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Asesoría / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet y Celular	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Permisos / año	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00
Mant. Vehículo / año	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Gastos Pre-operacionales	\$ 3.350,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 63.745,30	\$ 60.395,30	\$ 60.395,30	\$ 60.395,30	\$ 60.395,30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 25. Activos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
A. CORRIENTE					
Efectivo	\$ 64.334,11	\$ 112.261,16	\$ 179.700,35	\$ 270.754,89	\$ 388.818,89
Cuentas por Cobrar	\$ 401.574,72	\$ 429.489,72	\$ 462.379,26	\$ 505.067,84	\$ 560.132,52
Total Activo Corriente	\$ 465.908,84	\$ 541.750,88	\$ 642.079,61	\$ 775.822,73	\$ 948.951,41
A. NO CORRIENTE					
Tina de Acero Inoxidable	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00
Ducha de presión	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 67,20
Maquina exprimidora manual	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00
tina pared simple	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ (9.702,50)	\$ (19.405,00)	\$ (29.107,50)	\$ (38.810,00)	\$ (48.512,50)
Computadores	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Muebles y Enseres	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Impresora Multifuncional	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Teléfonos	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Archivadores	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Acondicionares de Aire de 1200 Btu/h	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Adecuacion del Negocio	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Instalación Redes y Comunicación	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ (2.432,00)	\$ (4.864,00)	\$ (7.296,00)	\$ (9.728,00)	\$ (12.160,00)
Total Activo NO Corriente	\$ 75.705,50	\$ 63.571,00	\$ 51.436,50	\$ 39.302,00	\$ 27.167,50
TOTAL ACTIVOS	\$ 541.614,34	\$ 605.321,88	\$ 693.516,11	\$ 815.124,73	\$ 976.118,91

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 26. Pasivos

PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	\$ 289.471,84	\$ 356.480,69	\$ 417.541,97	\$ 476.724,33	\$ 535.267,38
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ 4.696,91	\$ 9.432,18	\$ 14.270,49	\$ 19.799,22	\$ 26.115,04
Imp. A la Renta por Pagar	\$ 5.855,49	\$ 11.758,78	\$ 17.790,55	\$ 24.683,02	\$ 32.556,76
Total Pasivo Corriente	\$ 300.024,24	\$ 377.671,64	\$ 449.603,01	\$ 521.206,57	\$ 593.939,18
PASIVO NO CORRIENTE					
Deuda a Largo Plazo	\$ 97.410,85	\$ 73.058,14	\$ 48.705,42	\$ 24.352,71	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 97.410,85	\$ 73.058,14	\$ 48.705,42	\$ 24.352,71	\$ -
Total PASIVO	\$ 397.435,09	\$ 450.729,78	\$ 498.308,43	\$ 545.559,28	\$ 593.939,18
PATRIMONIO					
Capital	\$ 39.099,18	\$ 39.099,18	\$ 39.099,18	\$ 39.099,18	\$ 39.099,18
Utilidad Retenidas	\$ 20.760,36	\$ 62.450,57	\$ 125.526,14	\$ 213.038,68	\$ 328.467,17
Total PATRIMONIO	\$ 59.859,54	\$ 101.549,76	\$ 164.625,33	\$ 252.137,86	\$ 367.566,36
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 457.294,63	\$ 552.279,54	\$ 662.933,76	\$ 797.697,14	\$ 961.505,54

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 27. Balance general

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Total Activo Corriente	465.908,84	541.750,88	642.079,61	775.822,73	948.951,41
Total Activo NO Corriente	75.705,50	63.571,00	51.436,50	39.302,00	27.167,50
TOTAL ACTIVOS	541.614,34	605.321,88	693.516,11	815.124,73	976.118,91
PASIVOS					
Total Pasivo Corriente	300.024,24	377.671,64	449.603,01	521.206,57	593.939,18
Total Pasivo NO Corriente	97.410,85	73.058,14	48.705,42	24.352,71	0,00
Total PASIVO	397.435,09	450.729,78	498.308,43	545.559,28	593.939,18
Total PATRIMONIO	59.859,54	101.549,76	164.625,33	252.137,86	367.566,36
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	457.294,63	552.279,54	662.933,76	797.697,14	961.505,54

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 28. Estado de resultado

ESTADOS DE RESULTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 276.480,00	\$ 315.187,20	\$ 359.313,41	\$ 409.617,29	\$ 466.963,71
(-) Costo de Venta		\$ (171.098,34)	\$ (183.364,55)	\$ (197.237,91)	\$ (212.939,90)	\$ (230.722,88)
(=) Utilidad Bruta		\$ 105.381,66	\$ 131.822,65	\$ 162.075,50	\$ 196.677,39	\$ 236.240,82
(-) Gastos Administrativos		\$ (63.745,30)	\$ (60.395,30)	\$ (60.395,30)	\$ (60.395,30)	\$ (60.395,30)
(-) Gastos de Ventas		\$ (138,24)	\$ (157,59)	\$ (179,66)	\$ (204,81)	\$ (233,48)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 41.498,12	\$ 71.269,76	\$ 101.500,54	\$ 136.077,28	\$ 175.612,04
(-) Gastos Financieros		\$ (10.185,36)	\$ (8.388,59)	\$ (6.363,94)	\$ (4.082,51)	\$ (1.511,74)
(=) UAIT		\$ 31.312,76	\$ 62.881,17	\$ 95.136,61	\$ 131.994,77	\$ 174.100,30
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (4.696,91)	\$ (9.432,18)	\$ (14.270,49)	\$ (19.799,22)	\$ (26.115,04)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (5.855,49)	\$ (11.758,78)	\$ (17.790,55)	\$ (24.683,02)	\$ (32.556,76)
UTILIDAD NETA		\$ 20.760,36	\$ 41.690,22	\$ 63.075,57	\$ 87.512,53	\$ 115.428,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 29. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (91.190,00)					
UAIT		\$ 27.226,36	\$ 58.222,67	\$ 89.825,92	\$ 125.940,59	\$ 167.198,53
Saldo pend año anterior		\$ -	\$ 4.086,40	\$ 4.658,50	\$ 5.310,69	\$ 6.054,18
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.696,91)	\$ (9.432,18)	\$ (14.270,49)	\$ (19.799,22)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.855,49)	\$ (11.758,78)	\$ (17.790,55)	\$ (24.683,02)
EFFECTIVO NETO		\$ 27.226,36	\$ 51.756,67	\$ 73.293,46	\$ 99.190,24	\$ 128.770,48
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 9.702,50	\$ 9.702,50	\$ 9.702,50	\$ 9.702,50	\$ 9.702,50
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00	\$ 2.432,00
(+) Aporte Accionistas	\$ 39.099,18					
(+) Préstamo concedido	\$ 91.231,42	\$ (14.167,35)	\$ (15.964,12)	\$ (17.988,78)	\$ (20.270,20)	\$ (22.840,97)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 39.140,61	\$ 25.193,51	\$ 47.927,05	\$ 67.439,19	\$ 91.054,54	\$ 118.064,00
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 39.140,61	\$ 64.334,11	\$ 112.261,16	\$ 179.700,35	\$ 270.754,89
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 39.140,61	\$ 64.334,11	\$ 112.261,16	\$ 179.700,35	\$ 270.754,89	\$ 388.818,89

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 30. Cálculo de TMAR con financiamiento

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
Total inversión fija	\$87.840,00
Total gastos pre-operacionales	\$3.350,00
Capital de trabajo	\$39.140,61
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$130.330,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 31. Condición del financiamiento

Capital propio	\$39.099,18	30,0%
Capital requerido	\$91.231,42	70,0%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 32. Estructura de capital

Detalle	Tasa	Rubros
Deuda a largo plazo	12%	\$91.231,42
Capital		\$39.099,18
Total		\$ 130.330,60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

4.1.3.1. Fórmula para calcular el TMAR con financiamiento

$$\text{TMAR} = (Wd \cdot Kd \cdot (1-t)) + (We \cdot Rp)$$

Dónde:

WD = Porcentaje de deuda sobre financiamiento

Kd = Tasa de interés del préstamo

t = Nivel impositivo

We = Porcentaje de capital sobre financiamiento

Rp = Riesgo país o Tasa mínima atractiva de retorno

Cuadro 33. Desarrollo de la formula TMAR

Detalle	Rubros
$Wd = \$91.231,42 / \$130.330,60$	70%
$Kd =$	12%
$t =$	0
$We =$	30,0%
$Rp =$	7,49%
TMAR	10,65%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

4.1.3.2. Cálculo de la TMAR sin financiamiento

Si el inversionista decidiera aportar todo el capital sin solicitar financiamiento, la TMAR se definiría mediante la siguiente fórmula: $TMAR = i + f + if$, donde i es el premio al riesgo país y f es la inflación, se estará cubriendo al dinero invertido de los efectos inflacionarios al mismo tiempo que se considerara un premio por encima de ellos.

El valor de la inflación es del 2.85% y el riesgo país es de 7,49%.

$$\text{TMAR} = 2,85 + 7,49 + 2,85 \times 7,49$$

$$\text{TMAR} = 10,55\%$$

4.1.3.3. Valor actual neto (VAN)

4.1.3.3.1. Cálculo del VAN y TIR con financiamiento

Cuadro 34. Flujo de efectivo con financiamiento

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO	\$(130.330,61)	\$18.727,51	\$37.860,59	\$57.221,29	\$79.376,83	\$171.030,13

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

$$\text{TMAR} = 10,65\%$$

$$\text{Tir} = 32\%$$

La Tasa Interna de Retorno en este proyecto para el periodo total del proyecto, es decir los 5 años, es de 32%. Este es el rendimiento real de la inversión a lo largo de la duración del proyecto. Esta tasa se calcula utilizando el flujo de caja con financiamiento.

La tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) de este proyecto es la tasa activa referencial es de 10,65%. Al ser la TIR mayor que la TMAR, se demuestra que el proyecto es financieramente rentable.

Cuadro 35. Formula del VAN

VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 18.727,51	+	\$ 37.860,59	+	\$ 57.221,29	+	\$ 79.376,83	+	\$ 171.030,13
			$(1+10,65\%)^1$		$(1+10,65\%)^2$		$(1+10,65\%)^3$		$(1+10,65\%)^4$		$(1+10,65\%)^5$
VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 18.727,51	+	\$ 37.860,59	+	\$ 57.221,29	+	\$ 79.376,83	+	\$ 171.030,13
			1,107	+	1,224		1,355		1,499		1,659
VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 16.925,00	+	\$ 30.923,21	+	\$ 42.238,01	+	\$ 52.952,70	+	\$ 103.113,50
VAN=	\$ 115.821,81										

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Al descontar los flujos con la tasa de descuento del 10,65%, se calcula un VAN de \$ 115.821,81. Al ser un VAN positivo se considera que la inversión es aceptable.

Cuadro 36. Flujo de efectivo sin financiamiento

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO	\$(130.330,61)	\$32.894,86	\$53.824,72	\$75.210,07	\$99.647,03	\$193.871,10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

4.1.3.3.2. Cálculo del VAN y TIR sin financiamiento

TMAR= 10,55%

TIR= 18%

La Tasa Interna de Retorno en este proyecto para el periodo total del proyecto, es decir los 5 años, es de 18%. Este es el rendimiento real de la inversión a lo largo de la duración del proyecto. Esta tasa se calcula utilizando el flujo de caja sin financiamiento.

La tasa mínima atractiva de retorno(TMAR) de este proyecto es la tasa activa referencial es de 10,55%. Al ser la TIR mayor que la TMAR, se demuestra que el proyecto es financieramente rentable.

Cuadro 37. Formula del VAN

VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 32.894,86	+	\$ 53.824,72	+	\$ 75.210,07	+	\$ 99.647,03	+	\$ 193.871,10
			$(1+10,55\%)^1$		$(1+10,55\%)^2$		$(1+10,55\%)^3$		$(1+10,55\%)^4$		$(1+10,55\%)^5$
VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 32.894,86	+	\$ 53.824,72	+	\$ 75.210,07	+	\$ 99.647,03	+	\$ 193.871,10
			1,001	+	1,002		1,003		1,004		1,651
VAN=	\$ (130.330,61)	+	\$ 32.860,19	+	\$ 53.711,33	+	\$ 74.972,53	+	\$ 99.227,63	+	\$ 117.413,86
VAN=	\$ 247.854,93										

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco.

Al descontar los flujos con la tasa de descuento del 10,55%, se calcula un VAN de \$ 35.509,63. Al ser un VAN positivo se considera que la inversión es aceptable.

4.1.3.4. Costos fijos y variables

Cuadro 38. Costos fijos

MOD (fija)	\$ 31.863,04
Deprec. Planta	\$ 9.702,50
Sueldos y Salarios / año	\$ 42.563,30
Serv. Básicos / año	\$ 4.200,00
Suministros al año	\$ 2.400,00
Arrendamiento	\$ 14.400,00
Internet y Celular	\$ 1.800,00
Permisos / año	\$ 1.000,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 2.432,00
Mant. Vehículo / año	\$ 6.000,00
COSTO FIJO TOTAL	\$ 116.360,84

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

Cuadro 39. Costos variables

MD	\$ 44.472,10
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 24.000,00
Agua	\$ 7.200,00
Combustibles y Lubricantes Manten	\$ 18.000,00
Comisiones anuales	\$ 103,68
TOTAL	\$ 93.775,78

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Edward Naranjo Carrasco

4.2. Discusión

La investigación de mercado realizada a través de fuentes secundarias aportó información significativa sobre la demanda que existe en los mercados internacionales de jugo de naranja y la importancia que tendría la implementación de la empresa.- Según Baca Urbina en su libro Evaluación de proyectos sexta edición, manifiesta que con el estudio de la demanda se busca establecer y calcular cuales son las fuerzas que indicien el mercado respecto del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda, criterio que coincide con los objetivos de esta investigación

En el estudio técnico realizado, la ingeniería del proyecto, permitió determinar el proceso productivo para la elaboración del jugo de naranja y para la utilización normal de los recursos financieros disponibles, selección de tecnología, instalación de obras físicas, maquinarias y equipos, mano de obra. Lo que concuerda con lo expresado por Gabriel Baca quien menciona que el proceso de producción es el forma que se utiliza para obtener el bien o servicio a partir de los insumos, y se identifica como la transformación de las materias primas en productos terminados.

El estudio económico – financiero realizado, a y través del estado de resultados, flujos netos, indicadores financieros como el VAN y TIR es coherente con lo que manifiesta Córdova Padilla (2011) en su libro formulación y evaluación de proyectos, quien manifiesta que el estudio económico- financiero determina cual es el monto de los recursos económicos determinados en el estudio de mercado y técnico para realizar el proyecto.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se estableció el plan de negocio adecuado que permitió analizar la viabilidad de mercado técnico, económico y financiero para la producción, comercialización y exportación de jugo de naranja y que permitió concluir lo siguiente.

Se identificó a través del estudio de mercado que el consumo de zumos y néctares de naranja en la Unión Europea ascienden a 10017 millones de litros en el año 2014. Oferta de insumos y materias primas, además de los principales factores de exportación entre otros: tecnológicos, trámites aduaneros, documentos de exportación, compra, venta, importación y exportación

Mediante el estudio técnico se identificó que la planta estará localizada en el km 5 de la vía Ventanas - Echeandia, con una capacidad de producción de 69.120 litros/año, infraestructura, equipos, maquinarias, materias primas necesarias para el proceso operativo de la planta entre otros: recepción, selección, lavado, envasado.

El estudio económico permitió concluir sobre la factibilidad de la inversión, identificando la inversión inicial de 130.330,61, los ingresos, egresos, estado de resultados que demuestren la utilidad neta a través de los años de vida útil del proyecto.

La evaluación financiera concluye en la viabilidad del proyecto, donde se demuestra a través del VAN de \$115.821,81, la TIR de 32% con financiamiento y mientras el VAN 247.854,93, la TIR de 18% sin financiamiento la rentabilidad económica de la inversión.

5.2. Recomendaciones

En el mediano plazo ejecutar un estudio de mercados, y de acuerdo al incremento de la demanda, aprovechar la capacidad instalada de la planta para no incidir en nuevas inversiones.

En la parte operativa analizada del estudio técnico se recomienda, cumplir con las normas establecidas en todo lo que tiene que ver con el mantenimiento de los equipos y maquinarias, infraestructura de la planta previo a la realización de un estudio técnico.

Llevar un adecuado control económico presupuestario que permita un buen manejo de los recursos y además implementar un sistema informático de acuerdo a las necesidades de la empresa.

En base a los indicadores financieros positivos se recomienda invertir de manera inmediata y de acuerdo a los lineamientos expuestos en la presente investigación.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

Baca, G. (2010). Evaluacion de proyectos. México: The McGraw-Hill.

Banco Central del Ecuador.

Berghe, E. V. (2010). Gestión Y gerencia Empresarial. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Botanica-Online. (2013). <http://www.botanical-online.com/naranjaspropiedadesalimentarias.htm>.

Chiavenato, I. (2011). Planificación Estratégica. México: Mc Graw Hill.

Cordova, M. (2011). Formulacion y evaluacion de proyectos. Bogotá: Eco Ediciones.

Florez, J. (2012). Plan de negocio para pequeñas empresas. Bogotá: Ediciones de la U.

Gacia, G. F. (2011). Guía Para Crear y Desarrollar su propia empresa. Quito: Ceforcom.

Gitman, L. J. (2012). Principios de Administracion Financiera. México: Pearson Educación.

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/en-bolivar>. (s.f.).

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/en-bolivar>. (s.f.).

Kotler Philip, K. K. (2011). Direccion de Marketing. México: Pearson educación.

Morales, A. (2009). Proyectos de inversión evaluación y formulación. México: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Munuera, J. L. (2012). Estratégias del Marketíng. Madrid: Gráficas DEHON.

Naresh, M. (2011). Investigación de Mercados . México: Pearson.

Nicolosi, E., Deng, Z. N., Gentile, A., La Malfa, S., Continella, G., & Tribulato, E. (2009). Citrus phylogeny and genetic origin of important species as investigated by molecular markers». TAG Theoretical and Applied Genetics . México: Mc Graw Hill.

Prieto, J. (2009). Proyectos enfoque gerencial. Bogotá: Eco Ediciones.

Rodriguez, A. I. (2012). Estrategía de Marketing . Madrid: DEHON.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador Senae.

Superintendencia de Compañías.

Tarziján, J. (2010). Fundamentos de Estrategía Empresarial. México: Alfa Omega.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1. Anexos

Recepción de materia prima



Selección de materia



Lavado de la materia prima



Extracción del jugo



Filtrado y pasteurización del jugo de naranja



Envasado y sellado del producto terminado

