



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

TITULO DEL PROYECTO:

**“EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y
GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO.”**

AUTORES:

KERLY ZULAY CARVAJAL HERNÁNDEZ

SILVANA GRACIELA CEDEÑO MORÁN

MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO**”. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniera Comercial.**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados

Kerly Zulay Carvajal Hernández

C.I. 0927009233

Silvana Graciela Cedeño Morán

C.I. 0926303850

TUTORA

Eco. Yadira Arteaga Estrella.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las egresadas **Kerly Carvajal Hernández** y **Silvana Cedeño Morán**, por medio de este documento, entregamos el proyecto “**EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO.**”, del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal de la **Eco. Yadira Arteaga Estrella**.

Milagro, septiembre del 2013.

Kerly Carvajal Hernández

C.I 0927009233

Silvana Cedeño Morán

C.I 0926303850

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA	()
CIENTÍFICA	
DEFENSA	()
ORAL	
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Con la más pura emoción y sentimientos encontrados, dedico esta tesis a mis padres Luis Carvajal Jara y Jacqueline Hernández Álvarez, quienes siempre con su esfuerzo me han apoyado incondicionalmente, me han guiado y que con su sabiduría me han enseñado principios y valores y el respeto a Dios y hacia los demás y con sus sabios consejos de no desmayar y seguir siempre adelante y culminar otra etapa de mi vida. También se la dedico a mi novio Pedro Pazmiño Marfetan quien no dudo en brindarme su apoyo incondicional y sobre todo acompañarme en los momentos difíciles que he pasado en el transcurso de mi camino universitario, gracias amor bello.

Pero sobre todo dedico este proyecto a Dios por la vida y la fuerza que me ha dado para seguir siempre adelante.

KERLY CARVAJAL HERNANDEZ.

Es para mí satisfactorio y agradable que con mucho esfuerzo y sacrificio he logrado llegar a la culminación de una meta propuesta, como es la obtención del Título en Ingeniería Comercial.

Esto representa mi sueño anhelado y al verlo cristalizado me llena de alegría y nostalgia el recordar que gracias a La misericordia de Dios hoy disfruto de la vida que me permitió tener a lado de mi hija que fue la inspiración y el motor de mi vida para vencer y pasar todo obstáculo; a mi mami por darme su amor y respaldo siempre, a mis hermanas.

El camino recorrido no ha sido fácil, sino lleno de obstáculos, pero con la fuerza y dedicación que he entregado en todos estos cinco años de estudio me siento satisfecha por el trabajo realizado, Este Título no es solo mío, es de ustedes; se los dedico con todo mi Amor.

Gracias Padres: Graciela Moran Adrian y Carlos Cedeño, Gracias hija: Luissiana González Cedeño, Gracias Hermanas: Katherine Cedeño y Karina Cadena

SILVANA CEDEÑO MORÁN.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios por cumplir esta anhelada meta de un ciclo más de aprendizaje y a todas las personas que me ayudaron en este camino universitario a mis queridos padres, novio y familia en general, de manera especial a mi querida tutora la Eco. Yadira Arteaga Estrella por toda la paciencia y comprensión que tuvo durante todo este tiempo, un sincero agradecimiento a todos los Maestros que nos ayudaron a culminar nuestra nueva etapa.

Estoy muy agradecida con mi novio Pedro Pazmiño Marfetan quien no dudo en brindarme su conocimiento y su paciencia.

Gracias por ayudarnos a alcanzar esta meta, de parte de quienes conformamos este equipo de investigación universitaria.

KERLY CARVAJAL HERNANDEZ

En Primer Lugar agradezco a Dios que gracias a su bondad y gran amor he podido cumplir una meta trazada.

A mi hija Luissiana González que es el motor de mi vida y por ella no abandone este sueño de obtener mi título de Ingeniería Comercial.

Un especial reconocimiento a mi mami María Graciela Moran por confiar y darme tu apoyo incondicional; a mis Maestros en todas las Disciplinas que compartieron sus conocimientos; a mi Tutora Eco. Jadira Arteaga por su guía; a mi familia me apoyaron en todo momento; cuando más los necesite.

Gracias a todos Ustedes.

SILVANA CEDEÑO MORAN

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de **“EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO.”**,y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, septiembre del 2013

Kerly Carvajal Hernández

C.I 0927009233

Silvana Cedeño Morán

C.I 0926303850

PAGINAS PRELIMINARES

Pagina de caratula o portada -----	i
Pagina de constancia de aceptacion por el tutor -----	ii
Pagina de declaracion de autoria de la investigacion -----	iii
Pagina de certificacion de la defensa (calificacion) -----	iv
Pagina de dedicatoria -----	v
Pagina de agradecimiento -----	vi
Pagina de cesion de derechos del autor a la UNEMI -----	vii
Indice General-----	viii
Indice de cuadros -----	ix
Indice de figuras -----	x
Resumen-----	xi

INDICE GENERAL

“EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO.”

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA	Pag.
INTRODUCCION	1
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1.1 Problematizacion -----	3
1.1.2 Delimitacion del problema-----	4
1.1.3 Formulacion del problema de investigaci3n -----	5
1.1.4 Sistematizacion del problema de investigacion -----	5
1.1.5Determinacion del tema-----	5
1.2 OBJETIVOS -----	5
1.2.1 Objetivo General-----	5
1.2.2 Objetivos Específicos -----	6

1.3 JUSTIFICACIÓN -----	6
--------------------------------	----------

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL	Pag.
2.1 MARCO TEORICO -----	8
2.1.1 Antecedentes historicos -----	8
2.1.2 Antecedentes referenciales-----	11
2.1.3 Fundamentacion-----	14
2.1.3.1 Fundamentacion Cientifica -----	14
2.1.3.2 Fundamentacion Socioeconomica -----	22
2.1.3.3 Fundamentacion Administrativa -----	22
2.2 MARCO LEGAL -----	25
2.3 MARCO CONCEPTUAL -----	30
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES -----	31
2.4.1 Hipótesis General -----	31
2.4.2 Hipótesis particulares -----	31
2.4.3 Declaracion de variables -----	31
2.4.4 Operacionalizacion de las variables-----	33

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO	Pág.
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL -----	34
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA -----	35
3.2.1 Caracteristicas de la Población-----	35
3.2.2 Delimitacion de la poblacion-----	35
3.2.3 Tipo de muestra -----	35
3.2.4 Tamaño de la muestra -----	35
3.2.5 Proceso de seleccion -----	36
3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS -----	36
3.3.1 Metodos teoricos -----	36

3.3.2 Metodos empiricos	37
3.3.3 Tecnicas e instrumentos	37
3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION	38

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	Pág.
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	39
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	40
4.3 RESULTADOS	51
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.	53

CAPITULO V

PROPUESTA	Pág.
5.1 TEMA	54
5.2 JUSTIFICACION	54
5.3 FUNDAMENTACIÓN	55
5.4 OBJETIVOS	59
5.4.1 Objetivo general	59
5.4.2 Objetivos específicos	59
5.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	60
5.6 ESTUDIO FACTIBILIDAD	62
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	94
5.7.1 Actividades	94
5.7.2 Recursos, analisis financiero	118
5.7.3 Impacto	133
5.7.4 Cronograma	134
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	135
CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES	137
BIBLIOGRAFIA	138
ANEXOS	141

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1

Componente nutricional del mango ----- 16

CUADRO 2

Tabla de la composicion del mango en 100gr.----- 18

CUADRO 3

Operacionalizacion de las variables ----- 33

CUADRO 4

Encuesta del Consumo del mango----- 40

CUADRO 5

Encuesta del Frecuencia del consumo del mango----- 41

CUADRO 6

Encuesta del Conocimiento de los beneficios nutricinales del mango----- 42

CUADRO 7

Encuesta del Medios que le agradarian para conocer los aportes nutricionales del mango----- 43

CUADRO 8

Encuesta del Consumo del mango mejorara la alimentacion diaria----- 44

CUADRO 9

Encuesta del Difusion adecuada de los productos procesados ayuda al crecimiento empresarial ----- 45

CUADRO 10	
Encuesta del Disposicion del cliente en reemplazar un producto nuevo por uno conocido-----	46
CUADRO 11	
Encuesta del Jugos de preferencia -----	47
CUADRO 12	
Encuesta del Disposicion del pago del jugo de mango -----	48
CUADRO 13	
Encuesta del Preferencia en la presentacion del producto procesado-----	49
CUADRO 14	
Entrevista realizada a un Ingeniero en alimentos para la elaboracion de los jugos de frutas (mango y guayaba) -----	50
CUADRO 15	
Verificacion de las hipotesis general y particulares-----	53
CUADRO 16	
Organigrama estructural de la Empresa de jugos-----	65
CUADRO 17	
Organigrama funcional de la Empresa de jugos -----	66
CUADRO 18	
Normativa INEN alimentaria 2337 -----	92
CUADRO 19	
Foda Interno – Externo -----	100

CUADRO 20	
Matriz FO FA DO DA -----	101
CUADRO 21	
Analisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter-----	102
CUADRO 22	
Precios de jugos de la competencia -----	111
CUADRO 23	
Precio de Venta de los Jugos-----	111
CUADRO 24	
Balance Inicial de la Empresa de Jugos -----	118
CUADRO 25	
Inversion de activos fijos de la Empresa de Jugos -----	119
CUADRO 26	
Depreciacion de la Empresa de Jugos -----	120
CUADRO 27	
Sueldos y salarios de la Empresa de Jugos-----	120
CUADRO 28	
Gastos administrativos y generales de la Empresa de Jugos -----	122
CUADRO 29	
Costos Directos de la Empresa de Jugos -----	123
CUADRO 30	
Costos Indirectos de la Empresa de Jugos -----	123

CUADRO 31	
Ingresos de la Empresa de Jugos -----	124
CUADRO 32	
Inversion del proyecto de la Empresa de Jugos -----	124
CUADRO 33	
Financiamiento de la Empresa de Jugos -----	124
CUADRO 34	
Tabla de amortizacion mensual de la Empresa de Jugos -----	125
CUADRO 35	
Tabla de amortizacion anual de la Empresa de Jugos -----	126
CUADRO 36	
Estado de Perdida y Ganancias de la Empresa de Jugos -----	126
CUADRO 37	
Flujo de caja de la Empresa de Jugos -----	127
CUADRO 38	
Balance General de la Empresa de Jugos -----	128
CUADRO 39	
Indices financieros de la Empresa de Jugos -----	129
CUADRO 40	
Razones de Liquidez de la Empresa de Jugos -----	130
CUADRO 41	
Rotacion de activos fijos de la Empresa de Jugos -----	130

CUADRO 42

Razon de endeudamineto de la Empresa de Jugos----- 131

CUADRO 43

Razon rentabilidad de la Empresa de Jugos ----- 131

CUADRO 44

Punto de equilibriode la Empresa de Jugos ----- 132

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1

Encuesta del Consumo del mango----- 40

FIGURA 2

Encuesta del Frecuencia del consumo del mango----- 41

FIGURA 3

Encuesta del Conocimiento de los beneficios nutricionales del mango----- 42

FIGURA 4

Encuesta del Medios que le agradarian para conocer los aportes nutricionales del mango----- 43

FIGURA 5

Encuesta del Consumo del mango mejorara la alimentacion diaria----- 44

FIGURA 6

Encuesta del Difusion adecuada de los productos procesados ayuda al crecimiento empresarial ----- 45

FIGURA 7

Encuesta del Disposicion del cliente en reemplazar un producto nuevo por uno conocido----- 46

FIGURA 8

Encuesta del Jugos de preferencia ----- 47

FIGURA 9

Encuesta del Disposicion del pago del jugo de mango----- 48

FIGURA 10

Encuesta del Preferencia en la presentacion del producto procesado----- 49

FIGURA 11	
Croquis del lugar donde funcionara la Empresa artesanal de jugos C&C -----	60
FIGURA 12	
Plano de la Empresa artesanal de jugos C&C -----	61
FIGURA 13	
Logotipo de la Empresa artesanal de jugos C&C -----	62
FIGURA 14	
Flujograma del proceso de recepcion de la materia prima e insumos (mango y guayaba) -----	77
FIGURA 15	
Proceso de la comercializacion del producto (jugo sabor a mango y guayaba de 1 litro y de mango de 200ml.) -----	79
FIGURA 16	
Flujograma de venta del producto -----	82
FIGURA 17	
Diagrama de flujo de la Empresa de Jugos -----	85
FIGURA 18	
Preparacion del jugo sabor a mango -----	96
FIGURA 19	
Preparacion del jugo sabor a guayaba -----	99
FIGURA 20	
Empaques de los jugos (mango y guayaba) de 1 litro -----	105

FIGURA 21	
Empaques del jugo (mango) de 200ml.-----	106
FIGURA 22	
Parte posterior izquierda y derecha del jugo (mango y guayaba) 1 litro -----	107
FIGURA 23	
Parte posterior izquierda y derecha del jugo (mango) 200ml. -----	108
FIGURA 24	
Informacion nutricional del jugo (mango y guayaba) de 1 litro-----	109
FIGURA 25	
Informacion nutricional del jugo (mango) de 200ml.-----	110
FIGURA 26	
Volantes para los consumidores (niños y adultos) de la Empresa de Jugos C&C -	114
FIGURA 27	
Volantes para supermercados y tiendas de la Empresa de Jugos C&C-----	115
FIGURA 28	
Triptico de la Empresa de Jugos C&C -----	116

ANEXOS

ANEXO 1

Documentos para Permisos y Patente Municipal de Milagro ----- 142

ANEXO 2

Permiso de Direccion de Higiene Municipal de Milagro ----- 144

ANEXO 3

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Publica ----- 145

ANEXO 4

Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bombero de Milagro ----- 146

ANEXO 5

Formato de la Encuesta----- 147

ANEXO 6

Formato de Entrevista a un Ingeniero Agroindustrial-Tecnologo en alimentos ----- 148

ANEXO 7

Formulario unico de solicitud de registro sanitario para productos alimenticios nacionales----- 149

ANEXO 8

Permisos para realizar las encuestas a las madres de Familias de las Escuelas Humberto Centenaro y Paulino Milan de Milagro ----- 150

ANEXO 8

Encuesta realizadas a las madres de Familia de las Esc. Humberto Centenaro y Paulino Milan----- 152

ANEXO 9

Equipos y maquinarias que se utilizaran en la Fabrica de Jugos C&C ----- 153

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo está enfocado a la elaboración y comercialización del jugo de mango y guayaba, para ello se planteó el tema investigativo el cual consistió en ¿De qué manera incide el desconocimiento de los habitantes de la ciudadela La Pradera de los aportes nutricionales del mango?, dentro de los Subproblemas encontrados está el desconocimiento de los ciudadanos de los aportes nutritivos del mango en su estado natural, así mismo se planteó una pregunta que indica que como afecta la percepción del mango a consumirlo en su forma natural, así mismo se evidencio que la carencia de publicidad ha incidido en el conocimiento de los pobladores sobre los beneficios nutricionales, motivo por el cual se planteó varias hipótesis las cuales se la clasifíco en general y particulares, con el fin de responder a la sistematización del problema. La técnica utilizada fue la encuesta, la cual fue aplicada a las madres de familia de las escuelas Humberto Centenaro y Paulino Milán, también se aplicó una entrevista a un ingeniero tecnólogo en alimentos, una vez analizada la información obtenida de los instrumentos se propuso la siguiente propuesta “Empresa artesanal de jugos de frutas procesadas (mango y guayaba) en la Cdla. La Pradera del cantón Milagro”. Para cual se ha establecido la filosofía corporativa la que consiste en la misión, visión y valores, también se creó un organigrama estructural con el fin de identificar a jerarquía de cada puesto con esto se elaboró u manual de funciones y procedimientos. En lo concerniente a la promoción publicitaria que se realizará a esta nueva alternativa comercial se especificó el funcionamiento del marketing mix, por último se proyectó una evaluación financiera en la cual se determinó la factibilidad financiera de este proyecto a través del VAN y TIR, culminando con este proyecto con los beneficios, lineamientos y conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The development of this work is focused on the development and commercialization of mango and guava juice, for it raised the issue which consisted investigative how mango and guava juice, for it raised the issue which consisted investigative how mango consumption falls and their disinterest in nutritional intake of the inhabitants of city Milagro?, within the sub problems encountered is the lack of knowledge of the citizens of the nutritional benefits of mango in its natural state, so it was a question indicating how it affects the perception of the handle to consume in their natural, so it is evidenced that the lack of advertising has influenced the knowledge of the people about the nutritional benefits, why is raised several hypotheses which was classified generally and individuals, in order to respond to systematizing the problem. The technique used was the survey, which was administered to the mothers Centenario Humberto School and Paulino Milan, the interview also applied to a food technologist engineer, having analyzed the information obtained from the instruments proposed the following proposal "makes handmade processed fruit juices(mango and guava) in Canton Milagro 2013", for which corporate philosophy was established which consists of the mission, vision and heat, also created a structural organization in order to identify the hierarchy of each post with this a manual of functions and procedures. With regard to advertising promotion to be held at this new commercial alternative specified operation of the marketing mix, finally projected a financial evaluation which determined the financial evaluation which determined the financial feasibility of this project through the VAN and TIR, culminating in this project with the benefits, guidelines and conclusions and recommendations.

INTRODUCCIÓN

Milagro es un cantón que cuenta con un Mercado altamente comercial, por lo tanto se convierte en una plaza rentable para la incursión de nuevas alternativas de comercio, motivo por el cual se realizó un estudio investigativo basado en los valores nutricionales del mango y la guayaba, frutas que gozan de un alto nivel de consumo, pero también se desconoce de sus valores nutricionales.

En el mercado existen un sin número de productos que a pesar de aportar ningún nutriente son consumidos en altas proporciones, esto se da a la adecuada publicidad que se les da, algo que no pasa con la difusión de estas frutas objeto de estudio, el propósito de este trabajo fue el crear un nuevo producto presentado en jugo de mango y guayaba, por ello se ha distribuido la información en cinco capítulos los cuales se explica a continuación.

El primer capítulo consiste específicamente en el planteamiento de los problemas, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia del tema tratado.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico que explica y pone de manifiesto la información fundamentada. En su fundamentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la problemática planteada.

El tercer capítulo, aquí nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente y nos conlleva a formularnos interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación y análisis profunda.

En el cuarto capítulo se representó la información en cuadro y gráficos, en los cuales se expresan las respuestas de los encuestados en porcentajes, donde se efectuó entonces el análisis de cada pregunta, información que ayudo a la formulación del tema propuesto.

El capítulo cinco tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la empresa, producto a elaborar y comercializar, los objetivos y la ubicación. Podemos encontrar claramente establecida la misión, visión, objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la creación de este proyecto.

Se encuentra el fundamento legal para la constitución de la microempresa. Se da a conocer detalladamente cómo va a estar conformado el directorio de la empresa, el personal con el que dispondremos así como los requisitos y funciones que debe cumplir cada uno, para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro de la empresa.

A través de este análisis se desarrolló el FODA de la organización el mismo que nos dio a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se está emprendiendo. Con este análisis se pudo desarrollar un plan estratégico y aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten. Así mismo en este capítulo tenemos el marketing mix el mismo que aplicado correctamente y eficazmente nos permitirá un posicionamiento estratégico y beneficioso en el mercado.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

En conclusión el propósito de este trabajo es proporcionar información veraz sobre los productos que proporcionan nutrientes y que agraden a las personas, sean estos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

El mango es una fruta que mantiene un alto consumo en el país, sin embargo existe desconocimiento sobre los aportes nutritivos, razón por la cual se ha tomado en consideración la realización de este trabajo investigativo, el mismo que está orientado a indagar de qué manera enfoca la comercialización del mango y a proyectar un producto nutritivo para las personas que desconocen el desaprovechamiento de la fruta, haciendo de este mercado más competitivo.

Se desconoce los aportes nutricionales del mango en su estado natural, ya que se da poca importancia a la fruta y a su vez se limita la presencia de nuevas formas de consumirlo. La percepción del mango hace que solo se lo consuma de forma tradicional y no de forma natural, debido a la falta de creación e innovación de este producto, generando una limitada productividad, repercutiendo esto en el en el alto índice de desempleo.

Es importante la publicidad para destacar el potencial de las frutas que brindan un alto índice de nutrición y en nuestro sector no se da una adecuada promoción de los aportes de nos brinda el mango a la salud de los niños y adultos, esto origina el desconocimiento de emplear técnicas de difusión de productos que se vayan a promocionar razón por la cual las personas se inclinan por dos o tres productos específicos, disminuyendo así la producción local.

Se ha podido evidenciar que las personas desconocen los productos procesados a base del mango, y la falta de estudios de mercado nos permite el crecimiento de este sector comercial del cantón Milagro.

Milagro es un sector donde se produce una variedad de frutas y por el desconocimiento en la elaboración de derivados limita el mercado consumidor en la variedad de productos, haciendo de este sector comercial, plaza para productos extranjeros, desplazando la producción local.

Con el propósito de evitar el pronóstico establecido se hace necesario que se explote la producción de nuevos productos derivados de frutas producidas en este cantón, que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de la ciudadanía Milagreña.

1.1.2 Delimitación del problema

ESPACIO

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Empresarial

Universo: Población de Milagro

Tiempo

Esta investigación se realizará en el cantón Milagro en la Cdla. La Pradera los mismos que facilitarán la información necesaria para el estudio de mercado, comprendido en el periodo de entre Abril y Septiembre del año 2013 para determinar la factibilidad de esta investigación enfocada en el consumo del mango.

Universo

Este estudio se realizará en la ciudadela La Pradera del cantón Milagro, año 2013

1.1.3 Formulación del problema.

¿De qué manera incide el desconocimiento de los habitantes de la ciudadela La Pradera de los aportes nutricionales del mango?

1.1.4 Sistematización del problema.

¿Cómo influye el desconocimiento del aporte nutritivo del mango en su estado natural?

¿De qué manera afecta la percepción del mango a consumirlo en su forma tradicional?

¿Cómo incide la falta de promoción de los nutrientes del mango en la salud de los pobladores?

¿De qué manera afecta el desconocimiento de productos procesados a base de mango en el crecimiento empresarial?

1.1.4 Determinación del tema

Diagnóstico del nivel de consumo del Mango en la ciudadela La Pradera del cantón Milagro.

1.2OBJETIVOS

1.1.5 Objetivo General

Identificar los motivos que influyen en el desconocimiento del aporte nutritivo del mango en su estado natural y en los niveles de consumo, a través de la utilización de técnicas investigativas que permitan determinar los gustos expectativas y exigencias de los habitantes, con el fin de descubrir nuevas formas de consumo en el cantón Milagro.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Identificar los aportes nutritivos del mango en su estado natural, a través de investigaciones para dar a conocer los beneficios de consumir mango.
- Indagar sobre el consumo del mango, ante la percepción de consumirlo de manera tradicional.
- Determinar los gustos y preferencias de nuevas formas de consumo y como esto está relacionado con la promoción de los nutrientes que aporta el mango a la salud.
- Proponer un proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa productora de productos elaborados a base de mango a fin de impulsar al productor artesanal.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente tesis, se aplicó conocimientos adquiridos durante la formación académica obtenida; por lo tanto los motivos que conllevaron a realizar la siguiente investigación surge como idea de consiste en analizar el desinterés del consumo del mango fruta que contiene altos aportes nutricionales, que son de vital importancia del consumo humano.

Además de lo expuesto anteriormente el mango es una fruta pulposa que es muy rica en magnesio y en provitaminas A y C. también, cuenta con altas concentraciones de hidratos de carbono y posee un valor calórico elevado, además los nutrientes del mango pueden variar según la cantidad del fruto a consumir.

La manera ideal de saborear el mango es comerlo al natural o en jugos y tendrá un sabor agradable y como resultado permitirá conocer los aportes nutricionales que brinda el mango y a su vez demostrar que la ejecución de este proyecto cuenta con una amplia perspectiva de viabilidad, se realizara un estudio profundo del mercado en lo concerniente a la problemática planteada, enfocándonos en la obtención de información relevante a través de investigaciones bibliografías, libros, revistas etc.,

pero lo más importante de este estudio es la ampliación una herramienta investigativa conocida con el nombre de la encuesta, instrumento que nos ayudara a evaluar el mercado sobre esta clase de producto, su evolución, tendencia y perspectiva con el objetivo de lograr la eficiencia y eficacia del sector productor del cantón Milagro.

Concluida esta investigación se aspira que se considere un proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa productora de productos elaborados a base de mango a fin de impulsar al productor artesanal. Lo cual será un aporte a las Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.

“El mango es originario de la India y se cultiva hace casi 6000 años. Su consumo se reducía en el continente asiático, en el siglo XVIII se implantó en Brasil gracias a los exportadores Portugueses y se fue expandiendo por el mundo. En la actualidad, la India, México, Pakistán son los mayores productores de mango. El cultivo en el Ecuador se inicia con la llegada de los españoles. Se estima un aproximado de 7.700 hectáreas del mango cultivado en las provincias de Los Ríos, Santa Elena y Guayas.

El mango ecuatoriano se recalca por tener un sabor y olor tropical único, por la situación privilegiada de producirse en la mitad del mundo. Estas características sobre la producción del mango se encuentran en el Ecuador (costa y sierra) y están entre los 15 principales exportadores.

En Ecuador se destaca la variedad Tommy Atkins, debido a que su coloración externa roja es importante para la comercialización interna y externa.’ El consumidor ecuatoriano y sobre todo el americano escogen el producto por rutina y por impresión a primera vista de conocer ese nuevo producto y en la variedad Kent, a pesar de la consistencia interna y el sabor agradable, no tiene tan colorida su cáscara”.

El mango tiene una superficie sembrada en el país es de la siguiente forma en el año 2012: la zona norte comprende Santa Lucía, Palestina, Colimes, Balzar y Vinces con un 35%; la zona del sur-este alcanza Pedro Carbo, Isidro Ayora, Lomas de

Sargentillo, Nobol y Petrillo con un 30%; la zona del sur-oeste comprenden Chongón, Cerecita, Safando, Progreso y Playas tienen un 28%; la zona de Taura y Boliche con 2%. Su siembra se concentra en la Provincia del Guayas con el 95% y el resto del 5% en las provincias de Los Ríos, el Oro y Manabí.¹ (SOLAGRO, 2012)

En el Ecuador desde el 2010 se abre mercado a otros países, lo cual hace necesario incrementar la producción de este producto, se ha conocido que el mercado a entrar es Japón, ya que este país requiere de normas sanitarias escritas para realizar gestiones comerciales entre el Ecuador y este país Asiático, siendo este paso una mejora en esta actividad comercial, es decir se incrementará fuentes de trabajo en este país.

Los destinos de exportación del mango seguirá siendo los Estados Unidos, a donde llega más del 80% de la producción exportable, sigue Canadá, Europa, México, Chile, Nueva Zelanda, en orden de importancia. Desde el año 2003 había 10.000 hectáreas cultivadas de mango para la exportación. Desde esa fecha hasta la actualidad han quedado 6.420 hectáreas, según fuentes de la Fundación Mango Ecuador.²(EL PRODUCTOR, 2012)

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) Javier Ponce, en su discurso durante la feria de mango, realizada en Guayaquil, reconoció que el sector mangero nacional es uno de los más competitivo que hay en el país. "Es plausible observar que logran exportar 10'000.000 de cajas de mango al año en un espacio de no más de 6.500 hectáreas.

"El cultivo se aproxima a las 16.754 hectáreas, las que se encuentran distribuidas en 180 propietarios y están totalmente tecnificadas, ya que éste cultivo es altamente competitivo en calidad. 4 propietarios son dueños del 29.49% de los cultivos de mango en el país y el 70.51% concierne al resto de los productores." (SOLAGRO, 2012)

¹SOLAGRO. MAGNIFERA INDICA. Publicado el 7 de septiembre del 2012, Extraído el 13 de octubre del 2013.

² EL PRODUCTOR. *EL MANGO ECUATORIANO BUSCA CONQUISTAR A JAPÓN CON SU SABOR*. Publicado el 13 de septiembre del 2012. <http://elproductor.com/2012/09/23/el-mango-ecuadoriano-busca-conquistar-a-japon-con-su-sabor/>

En La provincia del Guayas produce un 95% de los mangos exportables. En tres zonas de la provincia del guayas se cultiva el mango que son: zona este, en la vía a la costa; zona centro, los cantones de Lomas de Sargentillo y Pedro Carbo; y la zona norte, los cantones de Palestina y Balzar. Hay una pequeña cantidad en El Oro y en la isla Puna. En el proceso laboran aproximadamente 8.000 personas.³ (EL PRODUCTOR, 2012)

Según los datos del III Censo Nacional Agropecuario (AÑO 2012), la superficie destinada a este cultivo se aproxima a las 16754 hectáreas, las que se encuentran distribuidas en 180 propietarios y están totalmente tecnificadas, el cultivo es altamente competitivo en calidad. También se dice que 4 propietarios son dueños del 29.49% de los cultivos de mango en el país y el 70.51% pertenece al resto de los productores.

La superficie sembrada en el país es de la siguiente forma: la zona norte comprende Santa Lucia, Palestina, Colimes, Balzar y Vinces con un 35%; la zona sur-este comprende Pedro Carbo, Isidro Ayora, Lomas de Sargentillo, Nobol y Petrillo con un 30%; la zona sur-oeste comprende Chongón, Cerecita Safando, Progreso y Playas tienen un 28%; la zona de Los Ríos(Babahoyo y Baba), Manabí y El Oro con 5% finalmente la zona de Taura y Boliche con 2%.⁴(SOLAGRO, 2012)

En el Ecuador las variedades de mango que se cultivan para exportación son:

- Tommy Atkins que contribuyen el 60% de la superficie.
- Haden el 19%.
- Kent 13%.
- Keitt 3%.
- Ataulfo 0.5%.

El manejo del cultivo, ha permitido desarrollar un amplio conocimiento y consolidar su posición en el mercado, está considerada entre las frutas tropicales más

³ EL PRODUCTOR. *EL MANGO ECUATORIANO BUSCA CONQUISTAR A JAPÓN CON SU SABOR*. Publicado el 13 de septiembre del 2012. <http://elproductor.com/2012/09/23/el-mango-ecuadoriano-busca-conquistar-a-japon-con-su-sabor/>

⁴ SOLAGRO. *MAGNIFERA INDICA*. Publicado el 7 de septiembre del 2012, Extraído el 13 de octubre del 2013.

apetecidas, ha ganado reconocida importancia en el mercado internacional tanto para el consumo en fresco como para la industria, se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor.

En el Ecuador la forma de consumo de mango es principalmente como fruta en sí, y en pulpa, como ingrediente para jugos y batidos. Hay que considerar que los mangos que encontramos de venta en el mercado Ecuatoriano son productos de rechazo de las exportaciones, es decir, no poseen las características adecuadas (mangos con color y calibres de acuerdo a lo solicitado, firmes, sin pudriciones, defectos, puntos negros, quemaduras de sol, quemaduras por látex, abrasiones de piel, rasguños, chupados, escaldado por agua caliente, daño por frío y daño por insectos), que son requeridas para sacar el producto del país. El mango constituye uno de los pilares fundamentales del sector agro exportador.⁵(SOLAGRO, 2012)

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Institución: Tecnológico de Monterrey

Tema: Plan Rector Sistema Nacional Mango

Autores: INSTITUCIÓN ISAGARPA, **Año:**2007

Es importante precisar los elementos del Sistema Producto como tal; es decir los elementos que caracterizan los diferentes eslabones sobre los cuales van a ejercer acción las diferentes estrategias. Es relevante que este trabajo sea generado, validado y asimilado por los propios agentes, de tal manera que se vean reconocidos en el diagrama que los representa como un eslabonamiento productivo, de otra forma será imposible medir de manera efectiva que esta forma de organización es útil en la planeación estratégica.

La información que se dio mercado, tanto nacional como internacional existe en la documentación que obra en poder del comité, no arroja luz sobre la dinámica y estructura de las fuerzas de mercado que determinan la rentabilidad media. Más allá de la información básica concentrada en cuadros y gráficas, es necesario tener una clara sensibilidad del comportamiento del consumidor actual y potencial, dimensionar

⁵ SOLAGRO. *MAGNIFERA INDICA*. Publicado el 7 de septiembre del 2012, Extraído el 13 de octubre del 2013.

la demanda en los distintos segmentos de mercado y el seguimiento del precio de los diferentes productos asociados al sistema. Con una clara visión de los cambios estructurales que ha sufrido durante el tiempo y al menos una perspectiva de su viable evolución en el futuro.

El manejo de escenarios sobre las condiciones de producción, consumo y precio, son los elementos indispensables para cualquier estrategia de planeación de mercado, en el caso de mango hay una carencia para la toma de decisiones bajo incertidumbre.⁶(INSTITUCIÓN ISAGARPA, 2007)

Institución: ESCUELA SUPERIOR POLITECNICO DEL LITORAL

Tema: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EXPLOCIÓN DEL MANGO EN ALMÍBAR ENLATADO COMO UN NUEVO PRODUCTO PARA LA EMPRESA EXOFRUT S.A.

Autores: MARCELO ARIAS BOCA

- Conocer el proceder del mercado ecuatoriano y mundial del mango y sus elaborados.
- Analizar al mercado y el segmento hacia el cual va dirigido nuestro nuevo producto.
- Conocer qué características tales como el tamaño, contenido, imágenes, presentación, tienen mayor influencia al momento de que el cliente tome la decisión de gastar este producto.
- Establecer el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el nuevo producto.
- Identificar los hábitos de consumo de nuestros potenciales clientes.

El mango es una fruta tropical típica del Ecuador, reconocida mundialmente por su delicado sabor y calidad. Actualmente el Ecuador exporta esta fruta a todas partes del mundo, siendo los Estados Unidos su principal mercado con un 79% de la exportación total, seguido de la Unión Europea con el 8%.

⁶INSTITUCIÓN ISAGARPA. *PLAN RECTOR SISTEMA NACIONAL DE MANGO*. Extraído el 25 de junio del 2013. http://siic.ucol.mx/Archivos_prov%5Cprn_mango.pdf

Se debe tener en cuenta que la producción de esta fruta tropical solo se da en un cierto período del año, es decir, la época de producción de mango es diferente y depende de la estacionalidad de cada país.

Todas las estrategias de mercado se basan en los resultados logrados de la investigación de mercado que se realizó para validar la información obtenida en la investigación exploratoria (grupo focal), que se realizó con la participación de 10 personas vinculadas a este campo.

Dentro de la investigación de mercado también encontramos que el mango Tommy es el que más se realice, seguido del Kent por ser una fruta dulce y de pulpa jugosa y el Keitt porque se come en rodajas.

Tanto el mango fresco, como el jugo y las conservas no poseen arancel de importación para Estados Unidos, mientras que algunos países de Europa como Francia, Reino Unido, España tienen arancel sólo para procedidos del mango y no el mango fresco.⁷ (Bocca, 2009)

“Institución: UNIVERSIDAD DE ORIENTE

Tema: APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS OBTENIDOS DEL PROCESO DE DESPULPADO DEL MANGO (*mangifera indica* L.), DE LAS VARIEDADES DEL MANGO SMITH, TOMMY ATKINS, HADEN Y BOCADO COMO MATERIAS PRIMAS PARA LA OBTENCIÓN DE PECTINAS.

Autor: MIREIDA GAMBOA BANDRY

De los resultados obtenidos y su discusión podemos ultimar. El ácido cítrico diluido en agua destilada a 85°C resultó un agente extractante conveniente de las pectinas de las cáscaras de mangos. De igual manera, el alcohol isopropílico a 70% v/v, consiguió precipitar los coágulos de pectinas I. El mayor beneficio de pectina seca se obtuvo a pH 1,5 y tiempos de hidrólisis de 80 minutos.

⁷Bocca, Marcelo Arias. *PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO EN ALMÍBAR ENLATADO COMO UN NUEVO PRODUCTO PARA LA EMPRESA EXOFRUT S.A.* extraído el 26 de junio del 2013. <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6576/1/Tesis.pdf>

A 85°C, la variación del e pH constante y los tiempos de hidrólisis, no intervinieron significativamente en el porcentaje de pectina lograda (rendimiento) no aumento significativamente.

El contenido de humedad que se estableció en las muestras de pectinas obtenidas resultó menor al 12%, cumplimiento con lo establecido por la Food Chemicals Codex (FCC) para pectinas comerciales.

El contenido de metoxilos varió entre 9,81 y 26,35% por lo que se clasifican a las pectinas obtenidas como de alto contenido de metoxilo.

El grado de esterificación varió de 77,64- 98,73%, por lo que la pectina extraída corresponden a una pectina de alto grado de esterificación y metoxilación y considerándose de rápida gelificación.

La disminución en el pH, produce una disminución del grado de esterificación posiblemente debido al aumento de la hidrólisis de los esteres de los carboxilos metilados.

El contenido de ácido anhidrouónico (AUA) de la pectina cruda varió entre, 31,71- 75,87%. Las pectinas obtenidas no presentaron un alto de pureza⁸(BANDRY, 2011)

2.1.3 Fundamentación

2.1.3.1 Fundamentación científica

El mango es una fruta tropical en el cual su nombre científico es “Mangifera Indica” originario de la India aunque también es originario del Sudeste Asiático, lugares en los cuales ha sido cultivado por más de 4000 años. Al igual que otras frutas y vegetales el clima es de vital importancia en la planta de mango, es decir los arboles localizados en lugares que tengan un clima caliente y seco producirían más rápido que aquellos lugares que tengan un clima templado y húmedo.

⁸ BANDRY, MIREIDA GAMBOA. APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS OBTENIDOS DEL PROCESO DE DESPULPADO DEL MANGO (*Mangifera indica* L.), DE LAS VARIETADES SMITH, TOMMY ATKINS, HADEN Y BOCADO COMO MATERIAS PRIMAS PARA LA OBTENCIÓN DE PECTINAS. EXTRAIDO EL 26 DE JUNIO DEL 2013.<http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/2282/1/PGIQ009G30.pdf>

El tiempo necesario para el desarrollo completo del mango varía entre 4 y 5 meses, esta diferencia de tiempo depende tanto de la variedad de mango como del clima como ya se había citado.(ENFEMERINO, 2011)

El mango es una fruta que cuenta con una alta demanda tanto nacional como internacional, se conoce que el 30% d la producción total está destinada al consumo de la ciudadanía ecuatoriana, esto porque lo consideran no aptos para la exportación y por no cumplir con los estándares establecidos.

El 70% es comercializado al exterior, este en cambio es un producto totalmente calificado, por el tamaño y madurez apta para la exportación, producto distribuido en diferentes países del mundo, que gustan de nuestro producto.

La abundancia de este producto se presenta en los meses de noviembre y diciembre, que debido a esto, queda mucha fruta destinada a la exportación hacer comercializado en el mercado interno, y cuando no es vencido o repartido en su totalidad es enterrado para evitar infestaciones proliferación de enfermedades por las moscas. En el Ecuador las diversidades que se cultivan para exportación son: Tommy Atkins, Haden, Keitt y ataulfo, además de éstas, existen otras variedades como Van Dyke y Edgard, de excelente sabor, pero por su reducido tamaño y delicada corteza, respectivamente, no pueden ser objeto de exportación pero tienen mucha demanda en el mercado interno.

La forma del mango es ovalada, ligeramente aplastada, lisa y fresca al tacto. Es el color verde, naranja o rojizo. La membrana exterior se pela con facilidad cuando estámadura. La carne es anaranjada o amarillo dorado, con un color con vivo, jugoso y suave. Su sabor es delicado y dulce. Existen más de 300 variedades. Provincias de Los Ríos, Santa Elena y Guayas.

El mango se puede consumir al natural y se utiliza como una fruta o una verdura. El mango bien maduro es delicioso con el pollo, el pescado, en ensalada o en postres. Se debe evitar introducir en la refrigeradora, no soporta temperaturas inferiores a los 8° C. El mango es una frutad de poca caloría con un aporte de 56-65 cal/100 g y 83% de agua.⁹(ENFEMERINO, 2011)

⁹ ENFEMERINO. *ORIGEN Y CARACTERISTICAS DEL MANGO. EXTRAIDO EL 19 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.enfemenino.com/mag/cocina/d2159/x13741.html>

Cuadro 1. Componentes Nutricional del Mango

COMPONENTE DEL MANGO	
Rico en minerales y oligoelementos, es una buena fuente de potasio.	(145-150mg/100g.)
Permite una estabilización de la presión arterial compensado el exceso de sodio y hierro	(1 a 1.2mg) y de cobre
Rico en calcio	(20-22mg/100g)
Magnesio	(8-9mg/100g)
Fosforo	(22 a 25 mg)
Fibras que favorecen el tránsito intestinal	(1 a 2.3g)

Fuente: Enfemerino 2011

En cuanto a vitaminas, el mango contiene vitamina C con 22 a 100 mg/100 g, excelente para luchar contra las infecciones. También posee vitamina E que disminuye los riesgos de cáncer y de enfermedades cardiovasculares y vitamina A, necesaria para el crecimiento y desarrollo normal de los tejidos.¹⁰(ENFEMERINO, 2011)

Variedades de Mango Ecuatoriano

El mango, una reconocida fruta tropical exótica, se consume mayormente como fruta fresca, pero también puede ser utilizado para preparar mermeladas y confituras, además de sus grandes cualidades alimenticias, el mango Ecuatoriano se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor.

Las variedades del mango que se cultivan principalmente en el Ecuador son las siguientes:

¹⁰ ENFEMERINO. *ORIGEN Y CARACTERISTICAS DEL MANGO. EXTRAIDO EL 19 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.enfemerino.com/mag/cocina/d2159/x13741.html>

1. **Tommy Atkins:** es originaria de la Florida, supuestamente del **Haden**. Este mango mide de 13 cm de largo y 450 a 700 gramos de peso, con forma ovoide a casi redonda, color con base morado a rojizo, bastante resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra, tiene buen sabor y de pulpa jugosa.
2. **Haden:** Es el mango más antiguas de Florida, que se originó de la variedad "**Mulgoba**". Este mango mide de 14 cm. de largo y 400 a 600 gramos de peso, es de forma ovoide, redondeada con fondo de color amarillo, sobre color rojizo con numerosas lenticelas de color blanco. La pulpa del mango es jugosa, casi sin fibra con sabor ligeramente ácido y de buena calidad.
3. **Kent:** Este mango se originó de la variedad "**Brooks**", la que a su vez provino de la variedad "**Sandersha**". Este mango es grande que llega a 13 cm ó más de longitud, con un peso promedio de 680 gramos. Tiene una forma ovoide, más bien llena y redondeada con color base verde amarillento y sobre color rojo oscuro, numerosas lenticelas pequeñas y amarillas, Además, tiene pulpa jugosa, sin fibra, rica en dulce y calidad de muy buena a excelente.
4. **Keitt:** se originó de una semilla de "Mulgoba", alrededor de 1.929 en Florida. Este mango crece hasta 12 cm. y pesa de 600 a 700 gramos, su forma es ovalada, con color base amarillo con numerosas lenticelas pequeñas, la pulpa es jugosa y dulce.¹¹(FUNDACION MANGO ECUADOR, 2011)

Valor Nutritivo del Mango

Las cantidades nutritivas del mango le permiten competir con una gran variedad de frutas tropicales. A excepción del aguacate, ninguna otra fruta aporta tanto, nutrientes como el mango, debido al alto contenido de carbohidratos, buen contenido de vitamina A, vitamina B - Tiamina, Riboflavina, Niacina y Ácido Ascórbico, pocas cantidades de Calcio, Hierro y Fósforo; no obstante, debe mencionarse que la

¹¹FUNDACION MANGO ECUADOR. *PROPIEDADES Y CLASES DEL MANGO. EXTRAIDO EL 12 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

composición química varía con su estado desarrollo, la variedad y las condiciones de cultivo. Los frutos del mango constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes; siendo bajos en calorías, grasas y sodio. Su valor calórico es de 62-64 calorías/100 g de pulpa. En la siguiente tabla se muestra el valor nutritivo del mango en 100 g de parte comestible.¹²(FUNDACION MANGO ECUADOR, 2011)

Cuadro 2.Tabla de la composición del mango.

COMPONENTES	VALOR MEDIO
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

Fuente: Fundación Mango Ecuador

Beneficios del mango:

1. Por su contenido en potasio tiene un efecto diurético. Es muy bueno para personas que necesiten eliminar líquido
2. Tiene magnesio.
3. Un mango maduro de 200g aporta la cantidad diaria recomendada de vitamina C y un 30 por ciento de vitamina A. Es ideal para las personas que no toleran otras fuentes de vitamina C.

¹²FUNDACION MANGO ECUADOR. *PROPIEDADES Y CLASES DEL MANGO. EXTRAIDO EL 12 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

4. Los mangos son antioxidantes poderosos.
5. Es rico en hierro.
6. Es rico en selenio.
7. Tiene una enzima similar a la de las papayas que ayuda a tener una buena digestión.
8. Por su contenido de vitamina B es recomendable para el buen funcionamiento del sistema nervioso, el metabolismo y la salud de la piel.
9. Se dice que el comer mango es una buena manera de prevenir la caída del pelo.
10. Se cree que ayuda a combatir el insomnio, nos ayuda a estar más tranquilos y prevenir la debilidad muscular.
11. En la India son usados para tener una sangre saludable y por lo tanto útiles para mujeres durante el periodo o para tratar anemias.¹³(GARCIA, BENEFICIOS DEL MANGO, 2010)

Características del predio para cosechar mangos

Guía de buenas prácticas agrícolas

Se debe evaluar la información del predio, mediante la revisión de registros y fuentes primarias sobre: cultivos anteriores, uso de insumos agrícolas, manejo del suelo, incidencias de plagas, fuentes hídricas, resultados de cultivos anteriores y rotación de cultivos.

Evaluación de suelos para cosechar mangos.

El productor debe considerar los siguientes aspectos:

- a) Los costos de adecuación de los suelos en cuanto a labores y aplicación de enmiendas son un factor determinante para la viabilidad del proyecto de siembra. Se debe realizar un análisis de suelo que incluya la textura, características fisicoquímicas, fitopatológicas o microbiológicas. Analizar las características tales como topografía del predio, perfil del suelo, manejo de curvas de nivel para siembra y aguas de escorrentía.
- b) Se debe mantener el registro de análisis de los suelos, realizado por un laboratorio aprobado, autorizado o acreditado.

¹³ GARCIA, Yolany. *BENEFICIOS DEL MANGO. EXTRAIDO EL 20 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.lindisima.com/ayurveda/mango.htm>

Evaluación de aguas para riego y procesos en campo

- a) Dependiendo del tipo de cultivo, se debe tener en cuenta la cantidad y la calidad de agua tanto para riego como para procesos, en el predio o fundo, en los casos que sea necesario.
- b) Se debe conocer la cantidad de agua disponible y la requerida para suplir las necesidades del cultivo, con el fin de determinar si se debe contar con un suministro alternativo del recurso (pozo, reservorio o similar) y definir el tipo de riego que se va instalar.
- c) Se debe conocer el orden de la fuente de agua y su calidad, por medio de análisis fisicoquímico y microbiológico. Además se debe contar con el permiso expreso de las autoridades competentes para el uso de las fuentes de agua utilizadas con fines de riego.
- d) En el caso que se requiera agua para procesos de pos cosecha (lavado), se debe disponer de agua potable acorde con la legislación nacional vigente.
- e) Se deben mantener registros de análisis de laboratorio realizados a las aguas para riego o para los procesos en campo.¹⁴ (GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS, 2011)

Fertilizantes del Mango

Entre 1907 y 1909, el químico Fritz Haber investigó la posibilidad de utilizar la reacción entre el nitrógeno y el hidrógeno atmosféricos para crear amoníaco, que a su vez se puede oxidar para obtener ácido nítrico.

Sin embargo, por la naturaleza de la reacción, para lograr una producción apreciable de amoníaco era preciso laborar a presiones mucho más elevadas (unas 200 atmósferas) de las que utilizaba la industria química del momento. Además, la reacción sólo tenía lugar rápidamente a temperaturas elevadas, pero luego la producción se reducía por descomposición del amoníaco formado.

¹⁴GUÍA DE BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS. TECNICAS DE CULTIVO. EXTRAIDO EL 26 DE JUNIO DEL 2013. <http://www.senasa.gob.pe/RepositorioAPS/0/3/JER/-1/GUIA%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS%20AGRICOLAS.pdf>

Era exacto pues obtener un catalizador que acelerara el proceso a temperaturas más bajas. El proceso de Haber fue desarrollado por Carl Bosch, de la empresa BASF (Badische Anilin-und Soda-Fabrik), y se aplicó por primera vez en Oppau en 1913. Por su importante labor, Haber obtuvo el premio nobel en 1918.

Agricultura, fertilizantes y agroquímica: La agricultura es la más antigua de las grandes industrias del mundo y la más conservadora de todas. Esto no es sorprendente. Pues las consecuencias de una cosecha perdida pueden ser tan desastrosas que son muy pocos los incentivos para abandonar los métodos comprobados, aun cuando sean ineficaces, y adoptar otros basados en técnicas innovadoras. De todas formas, aun cuando la agricultura del siglo XIX siguió dependiendo en gran medida de los métodos empíricos más tradicionales, incluso en el mundo occidental, la ciencia y la tecnología comenzaron a hacer creer su presencia. Nuevas máquinas vinieron a suplantar las herramientas manuales y los motores de vapor y gasolina comenzaron a trasladar al caballo como fuente principal de potencia. Pero la auténtica innovación se estaba produciendo lejos de las granjas, en los laboratorios químicos.¹⁵(PORTAL PLANETA, 2011)

Uno de los elementos básicos para el desarrollo de las plantas del mango es el nitrógeno (constituyente esencial de todos los seres vivos), que debe mostrarse en forma de algún compuesto, como por ejemplo el nitrógeno, aumentando por el abono con excrementos animales (un rasgo principal en toda granja tradicional), es suficiente.

Esto no resulta asombroso, ya que Alemania era el principal importador europeo de guano y, como potencia militar de primera fila, por razones estratégicas, el país tenía especial necesidad de disponer de una fuente de nitratos sintéticos.

Después de la Primera Guerra Mundial, el asunto desarrollado por Haber-Bosch cambió el aspecto de la agricultura en el mundo. La disponibilidad de nitrógeno barato (más barato todavía en algunos casos gracias a los subsidios estatales) estableció que el aumento de la producción excediera con mucho el coste adicional de los fertilizantes; con 1,25kg de nitrógeno por hectárea era posible aumentar en un

¹⁵PORTAL PLANETA. FERTILIZANTES Y AGROQUIMICOS. EXTRAIDO EL 26 DE JUNIO DEL 2013. <http://www.portalplanetasedna.com.ar/inventos5.htm>.

15% la cosecha de arroz o trigo, y en un asombro 75% la de patatas.¹⁶(PORTAL PLANETA, 2011)

2.1.3.2 Fundamentación Socioeconómica

Milagro es un cantón eminentemente comercial, en el cual se desarrollan actividades de comercio e industrial. Su economía se basa fundamentalmente en la agricultura (banano, arroz, cacao, maíz, café, caña de azúcar, frutos de ciclos cortos y permanentes).

La gran mayoría de estos sectores productivos ejercen sus actividades de manera empírica, sin los conocimientos necesarios en el aspecto técnico, administrativo y comercial, y por ende requieren con mayor perspectiva en la región, y así poder ubicar los productos en el mercado nacional e internacional.

El sector empresarial está conformado por empresas grandes, pymes y microempresas que se dedican a ofrecer un producto o servicio para satisfacer las necesidades de la ciudadanía, estas organizaciones se concentran en su gran parte del área urbana del cantón en sus avenidas principales.

2.1.3.3 Fundamentación administrativa.

El Código de Trabajo Ecuatoriano Art. 285, el artesano es el trabajador manual, maestro taller, o artesano autónomo que, debidamente explorado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, hubiere invertido en su talleres en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince ejecutores y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que causa su taller. Se considera como artesano en el Ecuador al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operario.

La Ley de Defensa del Artesano en el literal b) del Art. 2 instituye que la cantidad invertida en el taller artesanal no será superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria. El Código de Trabajo, señala que existen dos grupos de artesanos, aquellos que poseen su taller y mantienen relación de dependencia con

¹⁶PORTAL PLANETA. *FERTILIZANTES Y AGROQUIMICOS. EXTRAIDO EL 26 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.portalplanetasedna.com.ar/inventos5.htm>.

otros (operarios y aprendices), y aquellos que trabajan por su propia cuenta, denominados artesanos autónomos. Los requisitos para ser Maestro de Taller, Artesano Autónomo y Operario:

Art. 286.- Maestro de taller.- Para ser maestro de taller se requiere:

1. Ser mayor de dieciocho años y tener título profesional conferido legalmente;
2. Abrir, bajo dirección y responsabilidad personal, un taller y ponerlo al servicio del público; y,
3. Estar inscrito en la Dirección Nacional de Empleo y Recursos Humanos. La obligación de la inscripción se extiende, bajo responsabilidad del maestro, al personal de operarios y aprendices que presten sus servicios en el taller.

Art. 287.- Artesano autónomo.- Se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o arte manual, por cuenta propia, pero sin título de maestro, ni taller.

Art. 288.- Operario.- Operario es el obrero que trabaja en un taller, bajo la dirección y dependencia del maestro, y que ha dejado de ser aprendiz.¹⁷(ECUADOR, 2012)

Deben de registrarse en el Ministerio de Industria y Productividad.

Los artesanos interesados en obtener los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal y ser considerados como tales, deben registrarse en el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro). Se considera como artesano en el Ecuador a la persona que hace sus propios productos y les agrega algún valor. Para ser reconocido como tal se debe llenar la solicitud y un formulario.

Y se encuentra en las direcciones provinciales del Mipro y no tienen ningún valor.

¹⁷CODIGO DE TRABAJO DEL ECUADOR. *NORMATIVA DEL ARTESANO, LEYES Y REQUISITOS. EXTRAIDO EL 24 DE JULIO DEL 2013.*

- Debe agregarse fotocopias a color de la cédula de ciudadanía, papeleta de votación, planillas de servicios básicos, para conocer la ubicación del taller, y patente municipal, en el caso de poseerla.
- Debe constar el certificado médico otorgado por cualquier centro de salud público. Este requisito es indispensable si se realizaran actividades alimenticias o de belleza.
- Si el solicitante es extranjero, es necesario que presente la copia del pasaporte, visa de residente, carné de refugiado o el registro de su movimiento migratorio en el país.
- El artesano realizará la declaración juramentada de dónde está ubicado su lugar de trabajo, o el por qué no cuenta con un taller.
- No es obligatorio presentar la copia del título de maestro, el que debe ser otorgado por un centro educativo reconocido por el Ministerio de Relaciones Laborales.
- De contar el interesado con facturas o notas de venta, por compra de materia prima, materiales o insumos, debe presentarlos en el Mipro, esto incluye cursos con los certificados que los avalen.
- Además, se debe adjuntar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).
- El interesado debe tener una fotografía realizando la actividad artesanal, y otra del local o taller con todas las herramientas de trabajo.¹⁸((MIPRO)., 2013)

Para constatar la actividad se elaborará un listado con el detalle de todas las herramientas o máquinas de trabajo, incluyendo el valor de cada una y el total.

¹⁸ (MIPRO), MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PRODUCTIVIDAD. *BENEFICIOS DE LEY DEL ARTESANO Y REQUISITOS. EXTRAIDO EL 8 DE AGOSTO DEL 2013.*[http://www.Ministerio de Industrias y Productividad \(Mipro\).com](http://www.Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).com)

Para las asociaciones, es necesario adjuntar la copia a estos otros documentos, los estatutos y el acuerdo Ministerial de nombramiento del Representante Legal y Directiva

El registro artesanal no tiene ningún valor. Algunos de los beneficios son facturación con tarifa 0%, declaración semestral del Impuesto al Valor Agregado (IVA), exoneración de impuestos a la exportación de artesanías, a la renta, y a la patente municipal.

El tiempo estimado desde la presentación de todos los papeles hasta la emisión del respectivo registro es de 15 a 20 días máximo. Este trámite no tiene ningún costo y les permite obtener beneficios, como la exoneración del pago de impuestos.¹⁹(MIPRO), 2013)

2.2 MARCO LEGAL

Ley de Compañías en el Ecuador

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías de orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Código de la Producción Ecuatoriana

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la

¹⁹ (MIPRO), MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PRODUCTIVIDAD. *BENEFICIOS DE LEY DEL ARTESANO Y REQUISITOS. EXTRAIDO EL 8 DE AGOSTO DEL 2013.*[http://www.Ministerio de Industrias y Productividad \(Mipro\).com](http://www.Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).com)

producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

En el Ecuador, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- b. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- c. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- d. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y

emprendedores.²⁰ (CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION,COMERCIO E INVERSION, 2010)

Reglamento de Registro y Control Sanitario en el Ecuador

Art. 1.- Obligatoriedad del Registro Sanitario.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, en adelante denominados productos, que se expendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica y nombres o designaciones determinadas, deberán obtener el Registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente reglamento.

Art. 2 Competencias.- El Ministerio de Salud Pública, por intermedio de sus subsecretarías, Direcciones Provinciales y del Instituto Nacional de Higiene y medicina tropical Leopoldo Izquieta Pérez, en los lugares en los cuales estos estén funcionando son los organismos de otorgar, mantener, suspender y cancelar el registro sanitario y disponer su reinscripción.

Art. 4 Antecedentes para obtener el Registro Sanitario.- El Registro Sanitario para productos podrá obtenerse sobre la base de uno de los siguientes antecedentes, según el caso:

a.- Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el sistema ecuatoriano de metrología, normalización, acreditación y certificación.

b.- Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufacturas para la planta procesadora; y,

c.- Homologación de documentos otorgados por una autoridad competente de otro estado o por una organización especializada determinada conforme al presente reglamento.²¹(REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO, 2001)

²⁰ CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSION. *EXTRAIDO EL 8 DE AGOSTO DEL 2013.* <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>

²¹REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO. *EXTRAIDO EL 10 DE AGOSTO DEL 2013.* <http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm>

Normativa del artesano en el Ecuador

El SRI (Servicio de Rentas Internas del Ecuador), en cumplimiento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, reconoce únicamente a los Artesanos Calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano para hacer uso de sus beneficios tributarios en el desarrollo de sus actividades calificadas como artesanales.

Debe seguir los siguientes pasos para cumplir con sus deberes formales:

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyente RUC, y comunicar al SRI cualquier cambio. RUC, y comunicar SRI cuando se requiera.
- Emitir y entregar Comprobante de Venta Autorizados.
- Llevar un registro de ingresos y gastos.
- Presentar las declaraciones de impuesto que le correspondan, y pagarlas.²²(SRI, 2012)

La calificación artesanal en el Ecuador

La Calificación Artesanal en el Ecuador es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.²³(SRI, 2012)

²² SRI. Normativa del artesano en el Ecuador. *EXTRAIDO EL 15 DE AGOSTO DEL 2013.*
<http://www.sri.gob.ec>

²³ SRI. Calificación artesanal en el Ecuador. *EXTRAIDO EL 15 DE AGOSTO DEL 2013.*
<http://www.sri.gob.ec>

Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal en el Ecuador

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal en el Ecuador, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos en el Ecuador (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título Artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada ecuatoriano de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.
- Copia de la cédula de ciudadanía ecuatoriano.
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior en el Ecuador.²⁴(SRI, 2012)

²⁴SRI. Requisitos para calificación y recalificación del taller artesanal en el Ecuador. *EXTRAIDO EL 15 DE AGOSTO DEL 2013.* <http://www.sri.gob.ec>

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

“Administración.- Es donde se lleva a cabo un control de la empresa u organización por medio de procesos específicos.

Análisis.- Es un proceso investigativo que permite entender un todo desde sus conceptos básicos.

Capital.- Es el principal elemento de la producción y los constituyen todas las aportaciones en inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, y que, en asistencia con otros factores, como el trabajo y los bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo.

Cliente.- Persona, compañía u estructura que permite o compra de forma intencional un producto o un servicio que precisa o desea para sí mismo, para otra individuo o para una empresa distribución.

Demanda total del mercado.- La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Encuesta.- Pregunta verbal o escrita que se le formaliza a una tipo de personas con el fin de obtener comprobada búsqueda necesaria para una exploración. Entre ellas para obtener los resultados anhelados.

Estrategia.- Es un expresión de origen militar que se utiliza en el campo empresarial para designar el arte, la destreza y habilidad de combinar los disperejas medios y líneas de actuación que tiene la organización para alcanzar los objetivos fijados

Investigación de mercado: Es la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática que permite la toma de decisiones a los directivos de la empresa.

Posicionamiento.-Parte que ocupa un producto o marca, según las inteligencias de los compradores, con relación a otros productos o marcas concurrentes o a un producto excelente.

Rentabilidad.-En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.”²⁵(DEFINICION ABC, 2009)

2.4HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

Existe desconocimiento de los habitantes de la ciudadela La Pradera sobre los aportes nutricionales del mango.

2.4.2 Hipótesis particulares

- El conocimiento del aporte nutritivo influye en el consumo en su estado natural.
- La aplicación de medios publicitarios acerca de los aportes nutricionales del mango permite consumirlos en su forma tradicional.
- Las estrategias de promoción sobre los nutrientes que aporta el mango incide en la salud de los pobladores.
- El desarrollo de métodos en el procesamiento del mango incurre en el crecimiento empresarial.

2.4.3 Declaración de las variables

VARIABLES de la hipótesis general:

- **Independiente:** Desconocimiento del mango
- **Dependiente:** Aportes nutricionales

²⁵DEFINICION ABC. EXTRAIDO EL 16 DE AGOSTO DEL 2013.
<http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

Variables de la hipótesis Particulares:

Hipótesis particulares 1

- **Independiente:** Aporte nutritivo
- **Dependiente:** Estado natural.

Hipótesis particulares 2

- **Independiente:** Percepción.
- **Dependiente:** Consumo en Forma tradicional

Hipótesis particulares 3

- **Independiente:** Promoción
- **Dependiente:** Salud

Hipótesis particulares 4

- **Independiente:** Producto procesados.
- **Dependiente:** Crecimiento Empresarial

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 3. Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR	INSTRUMENTO	ITEMS
INDEPENDIENTE: Escaso Consumo	El desaprovechamiento de un producto produce el escaso consumo y por ende disminuye los niveles de competitividad en el mercado.	*Promocion de los Aportes Nutricionales *Estudio de Mercado	ENCUESTA	* ¿Cómo consume usted el mango? * ¿Usted consume el mango indique la frecuencia de consumo?
DEPENDIENTE: Aporte Nutricionales	Los aportes nutricionales son el contenido de un alimento, los mismos que ayudan a mantener una optima salud.	* Analisis del contenido de un producto	ENCUESTA	* ¿Usted conoce los beneficios nutricionales que proporciona el mango?
INDEPENDIENTE: Percepcion	La percepcion puede hacer mencion tambien a un determinado conocimiento, a una idea o la sensacion interior que surge a raiz de una impresion material derivada a nuestros sentidos.	* Difusion adecuada del producto	ENCUESTA	* ¿ Considera usted que la difusion sobre los productos procesados a base de mango ayudara el crecimiento empresarial del canton?
DEPENDIENTE: Consumo de forma natural	Es el producto que es consumido sin que haya sido procesado ni elaborado con algun persevante.	* Producto de calidad	ENCUESTA	* ¿Considera usted que el consumo del mango mejorara la alimentacion diaria? * ¿Estaria dispuesto usted a reemplazar un producto de manrca conocida por un producto diferente sabiendo que este nuevo producto es mas nutritivo?
INDEPENDIENTE: Promocion	Es una herramienta tactica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia que combinada con otras tres herramientas, genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas.	* Medios de alta aceptacion como volantes, noticias, charlas y radio.	ENCUESTA	* ¿ Le gustaria conocer los aportes nutricionales del mango a traves de?
DEPENDIENTE: Salud	Es un estado de bienestar o de equilibrio que puede ser visto a nivel subjetivo (un ser humano asume como aceptable el estado general en el que se encuentra) o a nivel objetivo (se constata la ausencia de enfermedades o de factores dañinos en el sujeto en cuestion).	* Consumo Productos saludables	ENCUESTA	* ¿Cómo le gustaria la presentacion del producto procesado a base de mango?
INDEPENDIENTE: Productos Procesados	Producto que ha pasado por un proceso de trasformacion, para obtener un derivado de un producto natural.	*Materia prima de alta calidad	ENCUESTA	* ¿Qué tipo de jugo le gustaria consumir?
DEPENDIENTE: Crecimiento Empresarial	Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovacion de productos y procesos, de tal manera, que ayuda al crecimiento sostenible de la empresa.	* Niveles de rentabilidad	ENCUESTA	* ¿En cuanto estaria usted dispuesto a pagar por un jugo a base de jugo?

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación y Perspectiva General

El proyecto de Investigación es de diseño no experimental, porque no se va a manipular ninguna de las variables existentes además se aplicará la investigación transversal porque se empleará por una sola vez en un segmento de tiempo durante el año a fin de medir o caracterizar la situación en ese tiempo específico, cabe destacar además que se usará la modalidad de tipo explorativa ya que se va a reconocer y examinar el lugar donde se va a realizar el proyecto investigativo para buscar la información de las causas del problema, así como sus efectos.

También se aplicará la investigación descriptiva, porque se describirán los resultados de los instrumentos de investigación, aplicando también la investigación explicativa que servirá para medir la relación de las variables existentes y dar razón del porqué de los hechos.

El diseño del presente proyecto de investigación es realizado de forma cuantitativa y cualitativa.

Cuantitativa: Porque se refiere al uso de elementos usuales de matemáticas y estadísticas utilizados para evaluar los resultados a manera de conclusión. Básicamente realiza la acción estadística²⁶(HERNANDEZ ROBERTO, 2010)

Cualitativa: Porque es una técnica de investigación generalmente utilizada por los científicos e investigadores que estudian la conducta humana y sus hábitos. Es frecuentemente considerada un precursor de la investigación cuantitativa, Se la

²⁶Hernández, Roberto. *Investigación de mercados. Extraído el 18 de agosto del 2013.*

emplea para generar posibles pistas o ideas que se podrían emplear para formular una hipótesis.²⁷(HERNANDEZ ROBERTO, 2010)

Esta técnica de investigación es utilizada en el diseño de encuestas, entrevistas y otros estudios como un modo de apoyo para la evaluación de los resultados.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Para nuestro estudio de investigación se consultará a las madres de familia de las Escuelas Humberto Centanaro Gando y Paulino Milán Herrera de la ciudadela la Pradera del cantón Milagro para medir el diagnóstico del consumo del mango en su estado natural.

3.2.2 Delimitación de la población

La población a estudiar es finita, ya que conocemos con certeza el número de habitantes de la ciudadela la Pradera del cantón Milagro, las cuales ascienden a 4181 habitantes, a los cuales se les aplicara una herramienta investigativa, para determinar la factibilidad de este trabajo.²⁸”(G.A.D. MUNICIPAL DE MILAGRO, 2013)

3.2.3 Tipo de muestra

No probabilística: Es aquella en las que el investigador escoge a las personas u objetos no por probabilidad sino por motivos relacionados con las características que necesita el investigador, que es quien decide qué tipo de muestra utilizar.

El tipo de muestra para esta investigación es no probabilística porque se ha seleccionado a un grupo de habitantes de la ciudadela la Pradera.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población con la que se cuenta es finita, ya que se tiene conocimiento del tamaño de la misma.

²⁷Hernández, Roberto. *Investigación de mercados. Extraído el 18 de agosto del 2013.*

²⁸ G.A.D. MUNICIPAL DE MILAGRO. *EXTRAIDO EL 23 DE AGOSTO DEL 2013.HABITANTES DE LA CIUDADELA LA PRADERA.*

Aplicaremos la siguiente fórmula para obtener la muestra a cerca del consumo del mango, es decir, la cantidad de personas que serán encuestadas para nuestro proyecto.

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

$$n = \frac{4181 (0,5) (0,5)}{\frac{(4181-1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5) (0,5)}$$

$$n = 352$$

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: 0,5 posibilidades de ocurrencia de un evento

q: 0,5 posibilidad de no ocurrencia de un evento.

E: 0,05 error de la estimación.

Z: 1,96 nivel de confianza 95%.

Tamaño de la muestra: **352**

3.2.5 Proceso de selección

Se seleccionará la muestra no probabilística y un análisis que se seleccionara a las madres de familia de las Escuelas Humberto Centenaro y Paulino Milán que viven en la Cdla. La Pradera del Cantón Milagro, los cuales contribuirán de manera acertada a cada una de las encuestas que se realizará.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método teórico

Método analítico-sintético

Es un método que consiste en dividir un hecho en partes para estudiarlas de manera individual, este proceso es llamado análisis, estas partes luego serán nuevamente unidas para estudiarlas en su totalidad, a esto se le denomina síntesis. Por lo tanto el análisis es el despliegue de un todo con el propósito de estudiar éstas individualmente; por el contrario la síntesis es la unión de los elementos que luego

serán estudiados, todo esto con la intención de definir las características del fenómeno en cuestión.

El método analítico-sintético se lo emplea en la parte de los objetivos del proyecto, ya que aquí se examinaba relación entre las variables y a través de esto establecer el objetivo general y los objetivos específicos, dentro de definir los objetivos, estamos poniendo en práctica la síntesis.

Método inductivo-deductivo

Este método se emplea con los hechos particulares. Lo deductivo vade lo general a lo particular, en cambio el inductivo va de lo particular a lo general. Inducir es algo más allá de lo que podemos observar.

Empleamos este método cuando queremos establecer un principio general una vez realizada la investigación y análisis de hechos de forma particular, la Inducción consiste en concluir de algunos casos particulares observados la ley general que los gobierna.

3.3.2 Método empírico

Método de Observación

Consiste en la apreciación del centro de investigación y su diseño va de acuerdo al objetivo de la investigación.

La observación puede ser utilizada en distintos periodos de una investigación, por ejemplo, al inicio de la misma se utiliza el método de observación para identificar el diagnóstico.

A través de la observación pudimos conocer las causas que generan el escaso consumo del mango

La observación es el método empírico más utilizado y eficaz.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

La encuesta.- La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realizan a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

- Instrumento que se aplicó a las madres de Familias de las Escuelas Humberto Centenaro y Paulino Milán que viven en la Cdla. La Pradera del Cantón Milagro, para medir el diagnóstico del consumo del mango en su estado natural.

Cuestionario.- El cuestionario es un instrumento compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del estudio; es un plan formal para recabar información de cada unidad de análisis objeto de estudio y que constituye el centro del problema de investigación.

- Se aplicó una **entrevista** a un Ingeniero Agrónomo Tecnólogo en alimentos, con el fin de conocer sus puntos de vista, sugerencias, expectativas y necesidades, sobre la elaboración de productos procesados a base de mango.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Una vez recopilada la información durante el proceso de investigación que se manejó con una encuesta, las cuales tuvieron 10 preguntas cerradas, se procederá con los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, empleándose las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual

El trabajo está direccionado a la comercialización del mango, fruta que cuenta un aceptable nivel de consumo a nivel nacional, este producto es cultivado en diferentes partes del Ecuador, el que es distribuido para el consumo local y a la exportación.

El mango es una fruta que debe ser tratada con altos niveles de control para ser comercializado en el exterior, debido a las exigencias de los clientes, quienes capacitan a los productores para evitar que la fruta llegue malograda, de ser así no se lograra la venta de esta fruta, motivo por el cual los productores se ven en la gran necesidad de aplicar técnicas y metodologías para obtener un producto de calidad.

Se ha elaborado cuestionarios de preguntas tanto para las encuestas y entrevista. Las primeras están dirigidas a las madres de familia de las Escuelas Humberto Centenero Gando y Paulino Milán Herrera de la Cda. La Pradera y la entrevista se la va a realizar al Ingeniero en alimentos-Tecnólogo en alimentos Marlon Núñez quien nos dará los pasos para la elaboración de los jugos artesanales a base de mango.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA

1.- ¿Cómo consume usted el mango?

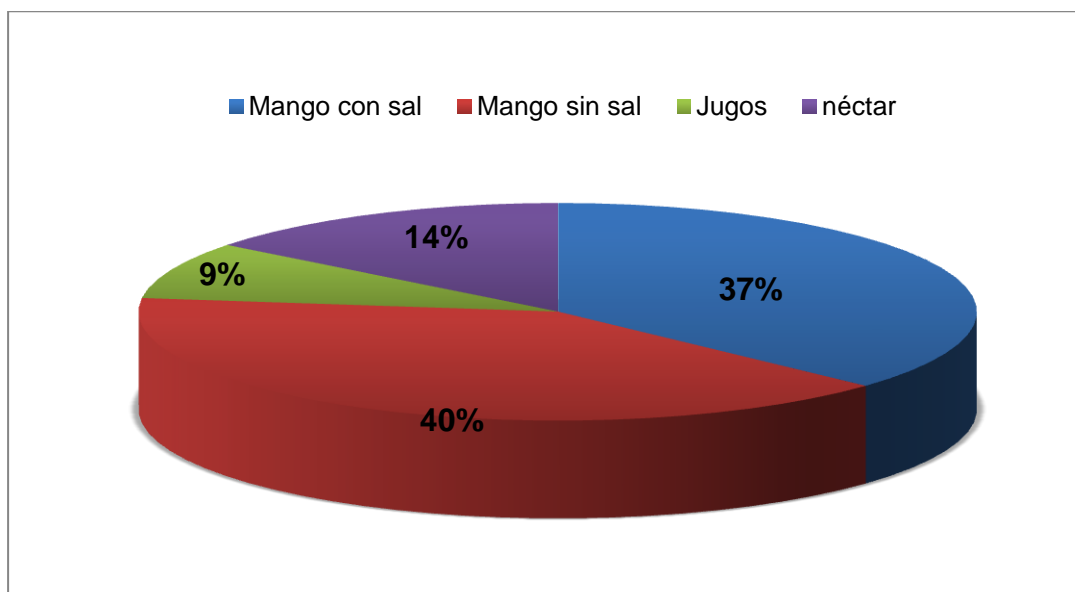
Cuadro 4. Consumo del mango.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mango con sal	130	37%
Mango sin sal	141	40%
Jugos	30	9%
néctar	51	14%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 1. Consumo del mango.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 40% de los encuestados manifestaron que consumen mango sin sal, el 37% con sal, el 14% en néctar y el 9% en jugo. Como se observa la información recabada demuestra que esta fruta es consumida en diferentes formas, tal vez desconociendo los valores nutricionales que posee.

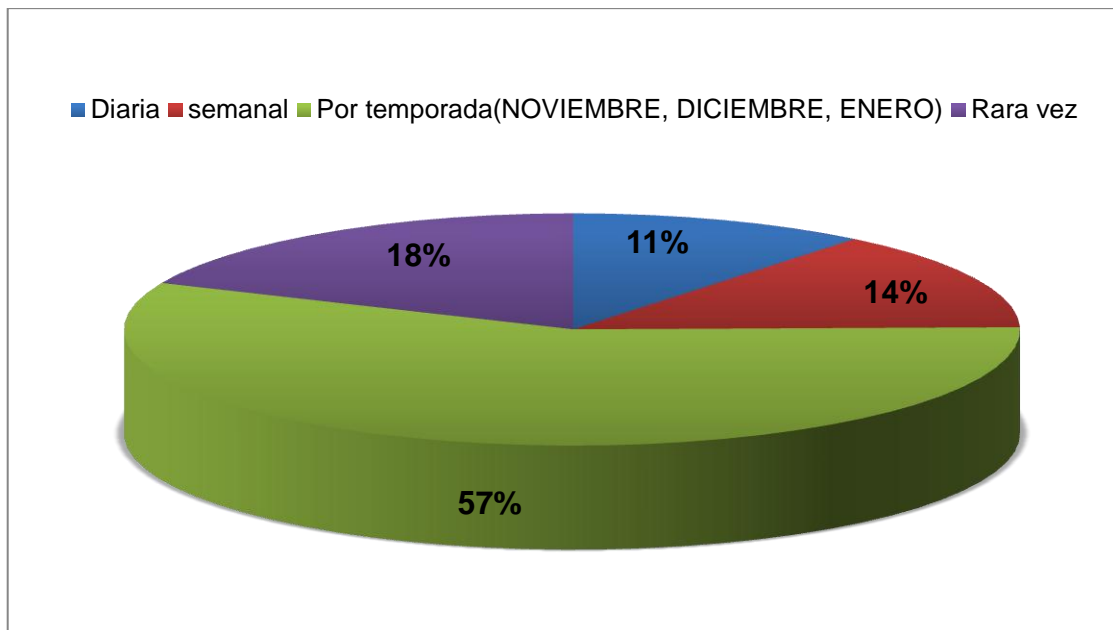
2.- ¿Usted consume el mango indique la frecuencia de consumo?

Cuadro 5. Frecuencia de consumo del mango.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Diaria	38	11%
semanal	49	14%
Por temporada(NOVIEMBRE, DICIEMBRE, ENERO)	200	57%
Rara vez	65	18%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 2. Frecuencia de consumo del mango.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 57% de los encuestados manifestaron que su frecuencia de consumo del mango es por temporada, el 18% rara vez, el 14% semanal y el 11% diario. La información recabada, demuestra que solo en los tiempos de abundancia de esta fruta, mantienen un alto nivel de consumo.

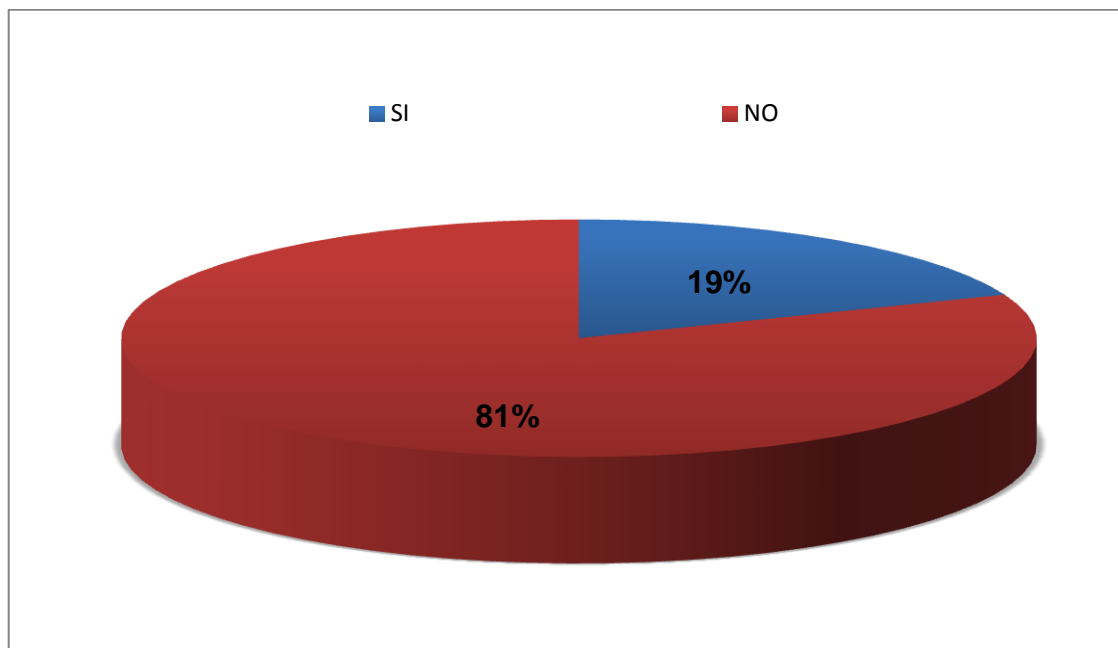
3.- ¿Usted conoce los beneficios nutricionales que proporciona el mango?

Cuadro 6. Conocimiento de los beneficios nutricionales del mango

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	67	19%
NO	285	81%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 3. Conocimiento de los beneficios nutricionales del mango



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- Con respecto al conocimiento de los beneficios nutricionales del mango el 81% manifestó que no los conoce, es decir lo consumen sin saber su contenido en proteínas y vitaminas, esto se origina por la escasa difusión de las propiedades nutricionales de esta fruta. Mientras que el 19% manifestó lo contrario, como se observa son pocas las personas que conocen sobre este producto.

4.- ¿Le gustaría conocer los aportes nutricionales del mango a través de:

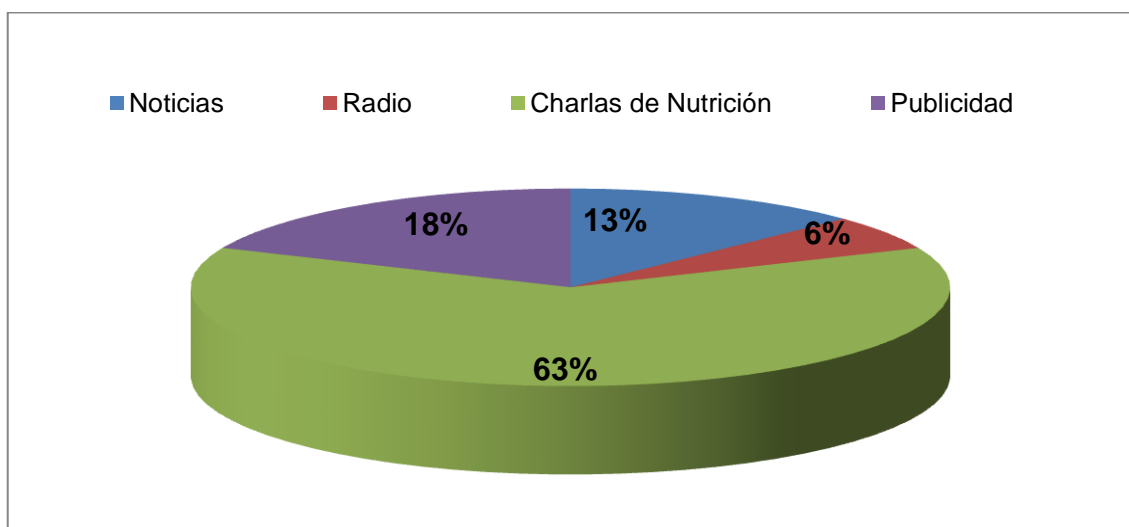
Cuadro 7.Medios para conocer los aportes nutricionales del mango.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Noticias	45	13%
Radio	20	6%
Charlas de Nutrición	222	63%
Publicidad	65	18%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 4.Medios que le agradarían para conocer los aportes nutricionales del mango.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.-Los encuestados manifestaron que les gustaría conocer los aportes nutricionales del mango a través de charlas de nutrición (63%), publicidad (18%), como alternativas de mayor aceptación, es importante que todo producto sea difundido de forma adecuada, es decir utilizando medios de mayor aceptación por parte de las personas.

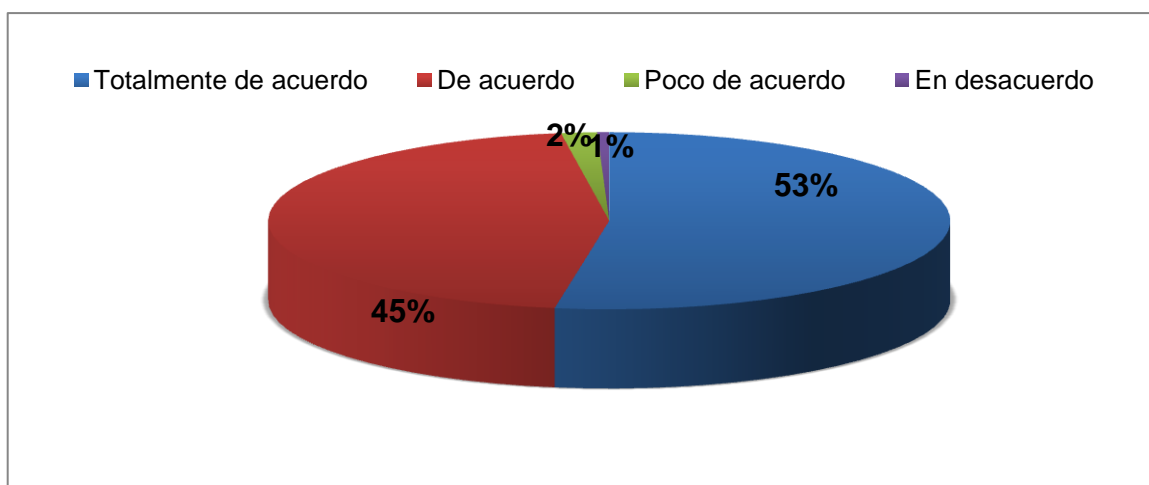
5.- ¿Considera usted que el consumo del mango mejorara la alimentación diaria?

Cuadro 8. Consumo del mango mejorara la alimentación diaria.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Totalmente de acuerdo	185	53%
De acuerdo	159	45%
Poco de acuerdo	6	2%
En desacuerdo	2	1%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 5. Consumo del mango mejorara la alimentación diaria.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 53% de los encuestados indicaron que el consumo del mango aportaría en su alimentación diaria, esto demuestra que las personas están dispuestas a consumirlo de forma diaria y a diferencia del 2% manifestó estar poco de acuerdo ya que piensan que esta fruta no mejorara la alimentación o quizás por el desconocimiento de los valores nutricionales de esta fruta.

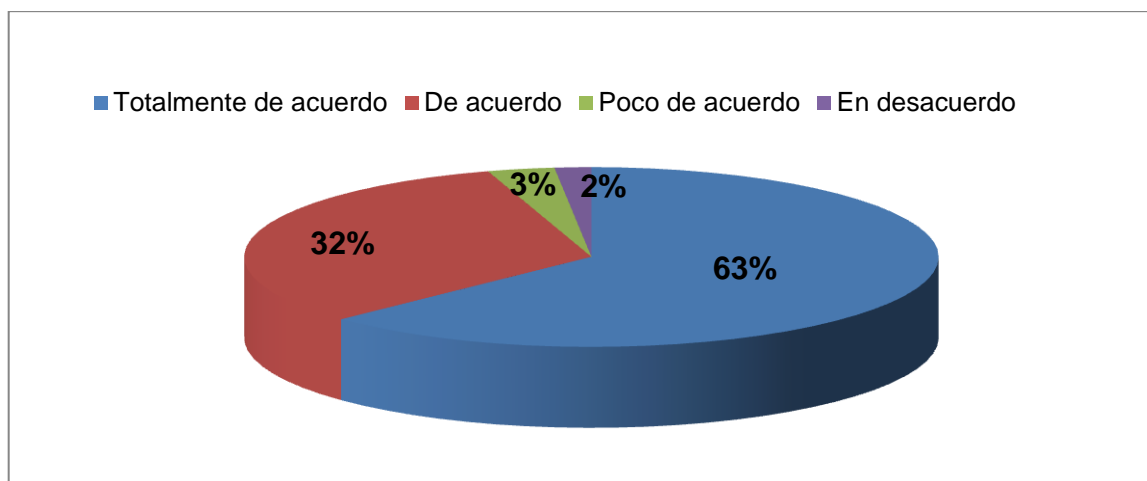
6.- ¿Considera usted que la difusión sobre los productos procesados a base de mango ayudará al crecimiento empresarial del Cantón?

Cuadro 9. Difusión adecuada de los productos procesados ayuda al crecimiento empresarial.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Totalmente de acuerdo	221	63%
De acuerdo	115	32%
Poco de acuerdo	11	3%
En desacuerdo	6	2%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 6. Difusión adecuada de los productos procesados ayuda al crecimiento empresarial.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 63% de los encuestados manifestaron que la difusión de los productos procesados ayudara al desarrollo empresarial y la diferencia de un 5% piensa que la difusión sobre productos procesados a base de mango no ayudara al crecimiento empresarial del cantón.

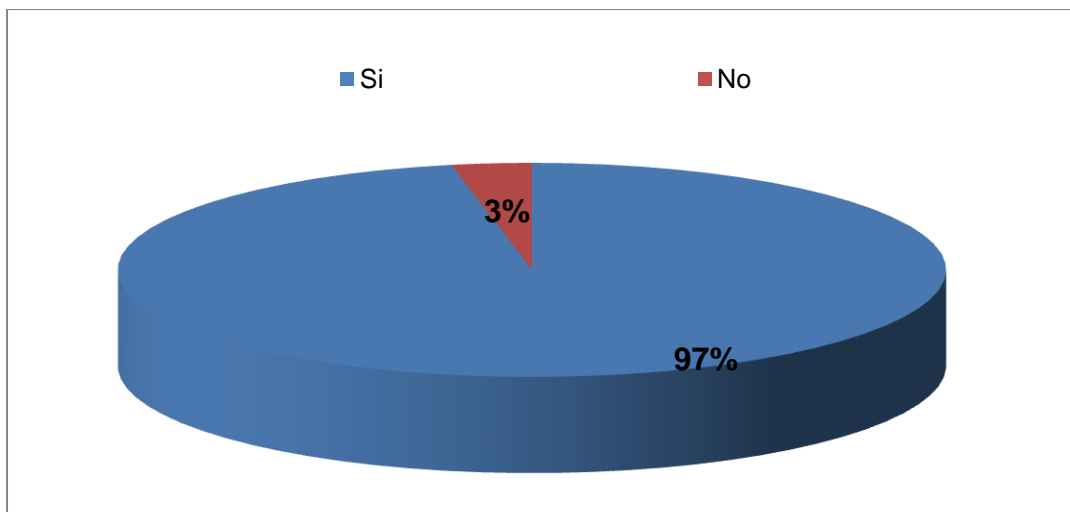
7.- ¿Estaría dispuesto Usted a reemplazar un producto de marca conocida por un producto diferente sabiendo que este nuevo producto es más nutritivo:

Cuadro 10. Reemplazaría usted un producto de marca por un producto nuevo.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	341	97%
No	11	3%
Total	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 7. Reemplazaría usted un producto de marca por un producto nuevo



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- Con un 97% de los encuestados están dispuestos a reemplazar un producto de marca conocida por un producto nuevo ya que este dará a conocer los beneficios nutricionales del mango y un 3% no reemplazarían ya que no estarían dispuestos a reemplazar una marca de producto conocido por una nueva.

8.- Qué tipo de jugo le gustaría consumir:

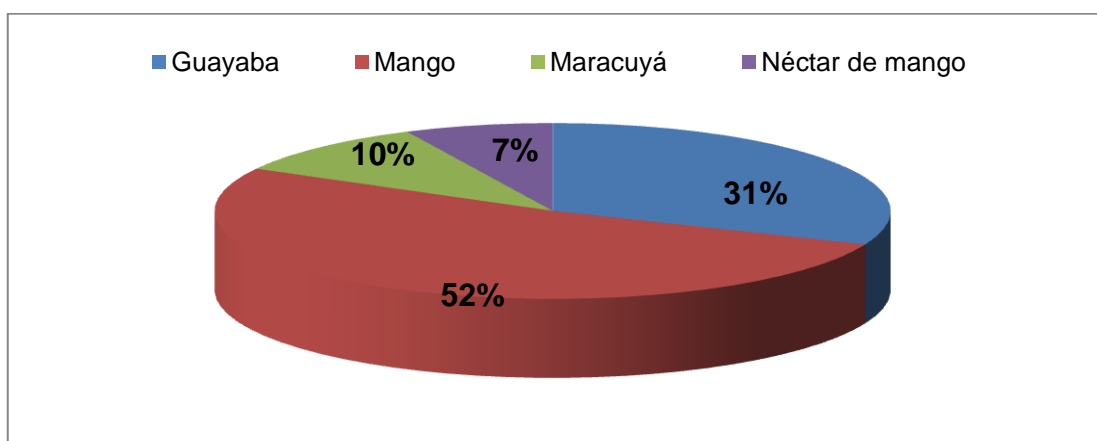
Cuadro 11. Jugos de preferencia.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Guayaba	110	31%
Mango	182	52%
Maracuyá	35	10%
Néctar de mango	25	7%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 8.Jugos de preferencia.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 52% de los encuestados manifestaron que les gustaría consumir el mango en jugo, seguido de la guayaba con un 31% de preferencia ya que esta fruta brinda los mismos beneficios nutricionales que el mango, como tercera alternativa esta la maracuyá con un 10% y por último el néctar de mango con un 7%. Como nos damos mejorara la comercialización del jugo de mango en el cantón Milagro.

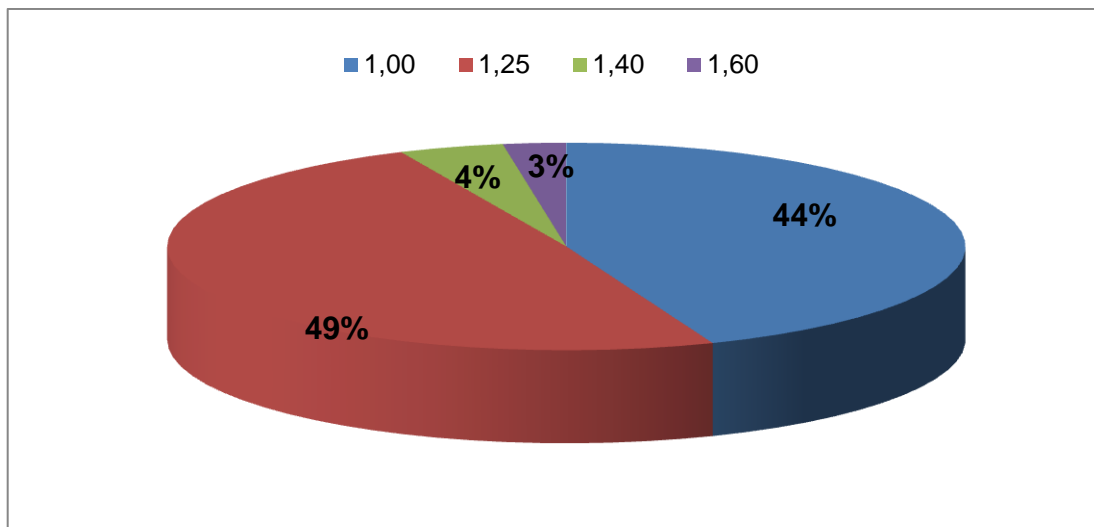
9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un jugo a base de Mango?

Cuadro 12. Disposición del pago del jugo de mango.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1,00	155	44%
1,25	173	49%
1,40	15	4%
1,60	9	3%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 9. Disposición del pago del jugo de mango.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- El 49% de los encuestados manifestaron que estarían dispuestos a cancelar \$1.25 por un jugo en base al mango, el 44% indicó que pagaría un \$1.00 y entre el 4% y 3% de \$1.40 a \$1.60. Como se dio en la figura es un precio acorde a las necesidades de los clientes y así poder establecer un P.V.P.

10.- ¿Cómo le gustaría usted la presentación del producto procesado a base de mango?

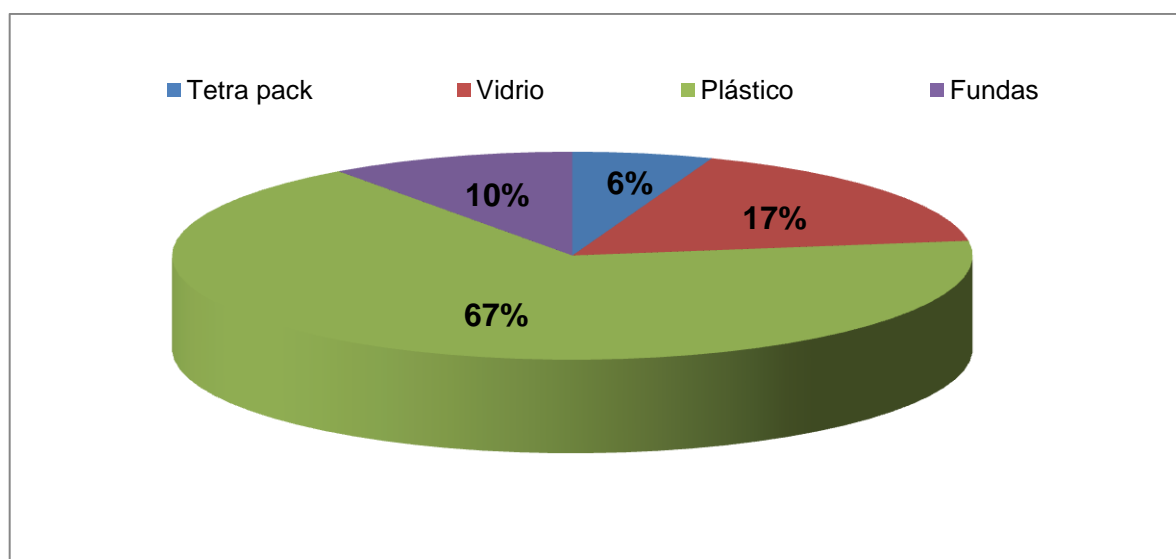
Cuadro 13. Preferencia en la presentación del producto procesado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Tetra pack	20	6%
Vidrio	60	17%
Plástico	237	67%
Fundas	35	10%
TOTAL	352	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura 10. Preferencia en la presentación del producto procesado.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Interpretación.- En relación a la presentación del jugo de mango los encuestados manifestaron que les agradaría que sea de plástico (67%), como segunda opción está el vidrio (17%). Independientemente del criterio de los encuestados en mejor que se realice un análisis de costos para determinar el envase, acorde a las necesidades de la empresa.

Cuadro 14. Entrevista al Ingeniero Agroindustrial-Tecnólogo en alimentos

NOMBRE: Marlon Núñez

TITULO: Ingeniero Agroindustrial – Tecnólogo en alimentos

CARGO QUE OCUPA: Analista de Control de Calidad y Auditor de Norma ISO

LUGAR DE TRABAJO: Milagro

EMPRESA: CODANA

1) ¿Qué factores debo tomar en cuenta para la construcción de una fábrica artesanal de jugos (mango y guayaba)?
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas INEN como requisitos para obtener el registro sanitario.
<ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto debe estar enfocado al área de producción para poder obtener un producto apto para el consumo humano (Inocuidad alimentaria)
<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de Funcionamiento.
<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de acero inoxidable, pisos con baldosa, paredes bien pintadas, buena ventilación y que cubra con todos los requerimientos estipulados:
1. Registro Sanitario.
2. Costo de Análisis Bromatológico.
3. PH, Acidez, Grados °Brix
4. Normas de Jugos.
2) ¿Qué tipo de metodología se debe utilizar para el procesamiento de mis jugos?
<ul style="list-style-type: none"> • Método Artesanal (menor escala que se utilizan básicos de cocina como utensilios)
<ul style="list-style-type: none"> • Método Industrial (producto a gran escalada)
3) ¿Qué puntos críticos se debe controlar para este tipo de productos?
<p>Estandarizado: Esta operación involucra: regular la dilución pulpa: agua, regular el pH, para lo cual se utiliza ácido cítrico; regular los °Brix con azúcar blanca y adicionar el estabilizante (CMC) y el conservante (Sorbato de sodio o Benzoato de Potasio).</p>

Pasteurizado: Esta operación es un tratamiento térmico que se realiza para inactivar la carga microbiana que pudiera tener el néctar. Es muy importante tener en cuenta el tiempo y la temperatura de pasteurización. Se puede utilizar un equipo denominado pasteurizador de placas, regulado para trabajar a 97°C con un tiempo de permanencia del néctar de 30 segundos; o en su defectos ollas para lo cual se debe dejar que el producto llegue a la temperatura de ebullición por un tiempo de 5 min.

Envasado: Se puede hacer en envases de vidrio o de plástico resistente al calor, sellándolos inmediatamente después de llenados en caliente. La temperatura de llenado no debe ser menor de 80°C

4) ¿A qué organismo se puede solicitar capacitación para nuestra fabrica artesanal?

- Cámara de la pequeña industria (Guayaquil)
- Cámara de Comercio
- Ministerio de Desarrollo y Productividad

4.3 RESULTADOS

El trabajo de campo permitió conocer que las personas consumen el mango en la actualidad con sin sal, es decir de forma natural esto lo de 352 personas encuestadas respondieron 141 personas, sin embargo el número desciende a 130 personas que lo consumen con sal y nos damos cuenta que las personas los consumen de forma natural.

La frecuencia del consumo lo hace por temporada de fruta (57%), y como segundo lugar quedando un (25%) que lo consumen semanal y diariamente, debido a que este producto se escasea, por lo tanto, no se lo consume de forma diaria ya que todo el año no se cosecha solo en los meses de noviembre, diciembre y enero.

El 81% de los encuestados manifestaron el alto consumo del mango y desconocen los beneficios nutricionales de esta fruta, por lo tanto, indicaron que les encantaría conocer los aportes nutricionales por medio de charlas de nutrición como alternativa

más señalada conocer sus valores nutritivos, también les gustaría que sea a través de publicidades, esta última opción sería la más conveniente, puesto que se podría establecer estas herramientas en diferentes puntos estratégicos del cantón, para dar a conocer en un corto tiempo la presencia de un nuevo producto innovador derivado del mango.

Los encuestados manifestaron que el consumo del mango mejoraría la alimentación, por ello, es importante la creación de este tipo de producto, y debe promocionarse de manera adecuada, de esta forma se contribuirá en el crecimiento empresarial del cantón Milagro, así lo indicó el 63% de los encuestados. Además indicaron que estarían en reemplazar un producto de marca reconocida por uno que presente valores nutritivos (97%), que mejor opción que el mango.

Entre las opciones de consumo más señaladas por las encuestadas está el mango 52% y la guayaba 31%, es decir en caso de escases del mango, la guayaba sería un sustituto acertado para poder cubrir con los costos que genera las operaciones de la empresa.

En lo concerniente al precio de venta de este producto (jugo de mango), las encuestadas indicaron que estarían a pagar de 1.00 hasta el 1.25, dos opciones que se podrían escoger para establecer el P.V.P. En lo relacionado a la presentación manifestaron que les gustaría que sea en empaques plásticos.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la entrevista, se conoció los factores que deben ser tomados en cuenta para la construcción de una fábrica, entre las principales está el cumplir con las normas INEN ya que este es un requisito indispensable para nuestro producto artesanal y con los permisos de ley que debe aplicar esta nueva alternativa de negocio, entre otros.

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 15. Verificación de las hipótesis generales y particulares.

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p>Existe desconocimiento de los habitantes de la ciudadela La Pradera sobre los aportes nutricionales del mango.</p>	<p>En la pregunta 7, las encuestadas indicaron que estarían de acuerdo en reemplazar a un producto de marca reconocida por otro que brinde beneficios nutricionales.</p>
HIPOTESIS ESPECIFICAS	VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento del aporte nutritivo influye en el consumo en su estado natural. 	<p>En la pregunta 3, los encuestados indicaron que desconocen los beneficios nutricionales del mango, sin embargo en la pregunta 8 dijeron que les agrada consumir jugo de mango. Esto demuestra que este producto goza de un alto nivel de consumo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación de medios publicitarios acerca de los aportes nutricionales del mango permite consumirlos en su forma tradicional. 	<p>En la pregunta 1, los encuestados manifestaron que consumen el mango sin sal (40%) y el 37% con sal. En la pregunta 4, manifestaron que les gustaría conocer los aportes nutricionales del mango a través de charlas o publicidades.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Las estrategias de promoción sobre los nutrientes que aporta el mango incide en la salud de los pobladores. 	<p>En la pregunta 4 los encuestados prefieren conocer de los valores nutritivos del mango a través de charlas y publicidades. Cabe mencionar que esta fruta es rica en vitaminas por lo tanto es apto para el consumo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de métodos en el procesamiento del mango incurre en el crecimiento empresarial. 	<p>Definitivamente la aplicación de proceso ayudara a obtener un producto de calidad, así mismo consideran necesario la difusión sobre los productos procesados a base de mango ayudara al crecimiento empresarial del Cantón (pregunta 6)</p>

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

CAPITULO V

LA PROPUESTA

Antes los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las madres de familias quienes tienen desconocimiento a cerca de la fruta (mango), se plantea la producción para la elaboración y comercialización de un jugo de fruta a base de mango en el Cantón Milagro mejorando así la calidad de vida y económica ya que contara con nutrientes vitamínico para el consumo de grandes y chicos.

5.1 TEMA

“EMPRESA ARTESANAL DE JUGOS DE FRUTAS PROCESADAS (MANGO Y GUAYABA) EN LA CDLA. LA PRADERA DEL CANTON MILAGRO.”

5.2 JUSTIFICACIÓN

Con la implementación de esta propuesta se podrá obtener altos niveles de ingresos económicos para aquellos que deseen incursionar en el mercado competitivo del cantón Milagro, para llegar a la propuesta se efectuó a través de las causas que conllevan el consumo del mango en el cantón Milagro mediante investigaciones que se dieron para conocer las preferencias de las personas en relación a la fruta del mango, este producto permitirá el crecimiento del sector empresarial, motivo por el cual se ha propuesto una nueva alternativa de consumo en base al mango, a través de la “Fábrica artesanal para la elaboración y comercialización de jugos de frutas procesadas (mango y guayaba) en el cantón Milagro año 2013”. Esta propuesta busca establecer un nuevo segmento en el mercado, debido a la preferencia de las personas en el consumo de estas frutas.

Esta propuesta permitirá realizar la estructura organizacional se desarrollará la filosofía corporativa, con el fin de posicionar esta microempresa, así como la ejecución adecuada de los procesos en la elaboración de los jugos a base de mango.

Se establecerá presupuesto de inversión con el fin de medir a través de indicadores financieros la factibilidad financiera de esta propuesta, con el fin de mantener una sostenibilidad financiera. Cabe mencionar que estas frutas tienen un alto nivel de consumo, motivo por el cual se augura un posicionamiento permanente en este mercado.

Además se contribuirá al desarrollo del Cantón y generará un gran impacto debido a que se crearán fuentes de trabajo y con ello se disminuirá la tasa de desempleo en el País.

5.3 FUNDAMENTACION

El mango es una fruta que cuenta con una alta demanda tanto nacional como internacional, se conoce que el 30% d la producción total está destinada al consumo de la ciudadanía ecuatoriana, esto porque lo consideran no aptos para la exportación y por no cumplir con los estándares establecidos.

El 70% es comercializado al exterior, este en cambio es un producto totalmente calificado, por el tamaño y madurez apta para la exportación, producto distribuido en diferentes países del mundo, que gustan de nuestro producto.

La abundancia de este producto se presenta en los meses de noviembre y diciembre, que debido a esto, queda mucha fruta destinada a la exportación hacer comercializado en el mercado interno, y cuando no es vencido o repartido en su totalidad es enterrado para evitar infestaciones proliferación de enfermedades por las moscas. En el Ecuador las diversidades que se cultivan para exportación son: Tommy Atkins, Haden, Keitt y ataulfo, además de éstas, existen otras variedades como Van Dyke y Edgard, de excelente sabor, pero por su reducido tamaño y

delicada corteza, respectivamente, no pueden ser objeto de exportación pero tienen mucha demanda en el mercado interno.²⁹(ENFEMERINO, 2011)

“La distribución de la superficie sembrada en la provincia del Guayas es de la siguiente forma: la zona norte comprende Santa Lucía, Palestina, Colimes, Balzar y Vinces con un 35 %; la zona del sur-este comprende Pedro Carbo, Isidro Ayora, Lomas de Sargentillo, Nobol y Petrillo con un 30 %; la zona del sur-oeste comprende Chongón, Cerecita, Safando, Progreso y Playas tienen un 28 %; la zona de Los Ríos (Babahoyo y Baba), Manabí y El Oro con 5% y finalmente la zona de Taura y Boliche con 2%. La siembra se encuentra concentrada en la Provincia del Guayas con el 95% y el resto del 5 % en las provincias de Los Ríos, El Oro y Manabí.³⁰”(SOLAGRO, 2012)

La producción se exporta principalmente a los EE.UU., que recibe entre el 70-75% del producto; después de este, el mercado europeo ocupa alrededor del 20% del total de nuestras exportaciones.

En La provincia del Guayas produce un 95% de los mangos exportables. En tres zonas de la provincia del guayas se cultiva el mango que son: zona este, en la vía a la costa; zona centro, los cantones de Lomas de Sargentillo y Pedro Carbo; y la zona norte, los cantones de Palestina y Balzar. Hay una pequeña cantidad en El Oro y en la isla Puna. En el proceso laboran aproximadamente 8.000 personas.³¹ (EL PRODUCTOR, 2012)

En el Ecuador las variedades de mango que se cultivan para exportación son:

- Tommy Atkins que contribuyen el 60% de la superficie,
- Haden el 19%
- Kent13%,
- Keitt 3% y
- Ataulfo 0.5%

²⁹ ENFEMERINO. *ORIGEN Y CARACTERISTICAS DEL MANGO. EXTRAIDO EL 19 DE JUNIO DEL 2013.* <http://www.enfemenino.com/mag/cocina/d2159/x13741.html>

³⁰ SOLAGRO. *MAGNIFERA INDICA.* Publicado el 7 de septiembre del 2012, Extraído el 13 de octubre del 2013.

³¹ EL PRODUCTOR. *EL MANGO ECUATORIANO BUSCA CONQUISTAR A JAPÓN CON SU SABOR.* Publicado el 13 de septiembre del 2012. <http://elproductor.com/2012/09/23/el-mango-ecuadoriano-busca-conquistar-a-japon-con-su-sabor/>

El manejo del cultivo, ha permitido desarrollar un amplio conocimiento y consolidar su posición en el mercado, está considerada entre las frutas tropicales más apetecidas, ha ganado reconocida importancia en el mercado internacional tanto para el consumo en fresco como para la industria, se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor.

En el Ecuador la forma de consumo de mango es principalmente como fruta en sí, y en pulpa, como ingrediente para jugos y batidos. Hay que considerar que los mangos que encontramos de venta en el mercado ecuatoriano son productos de rechazo de las exportaciones, es decir, no poseen las características adecuadas (mangos con color y calibres de acuerdo a lo solicitado, firmes, sin pudriciones, defectos, puntos negros, quemaduras de sol, quemaduras por látex, abrasiones de la piel, rasguños, chupados, escaldado por agua caliente, daño por frío y daño por insectos), que son requeridas para sacar el producto del país. El Mango constituye uno de los pilares fundamentales del sector agro exportador.³²(SOLAGRO, 2012)

Valor Nutritivo del Mango

Las cantidades nutritivas del mango le permiten competir con gran variedad de frutas tropicales. A excepción del aguacate, ninguna otra fruta aporta tantos nutrientes como el mango, debido al alto contenido de carbohidratos, buen contenido de vitamina A, vitamina B - Tiamina, Riboflavina, Niacina y Ácido Ascórbico, pocas cantidades de Calcio, Hierro y Fósforo; no obstante, debe mencionarse que la composición química varía con su estado de desarrollo, la variedad y las condiciones de cultivo. Los frutos del mango constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes; siendo bajos en calorías, grasas y sodio. Su valor calórico es de 62-64 calorías/100 g de pulpa. En la siguiente tabla se muestra el valor nutritivo del mango en 100 g de parte comestible.³³(FUNDACION MANGO ECUADOR, 2011)

³² SOLAGRO. *MAGNIFERA INDICA*. Publicado el 7 de septiembre del 2012, Extraído el 13 de octubre del 2013.

³³FUNDACION MANGO ECUADOR. *PROPIEDADES Y CLASES DEL MANGO*. EXTRAIDO EL 12 DE JUNIO DEL 2013. <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

“**La guayaba**, también conocida como la reina de la vitamina c, por ser una de las principales fuentes de esta vitamina, acompañada del calcio y fibra, en estos momentos es una de las múltiples especies no tradicionales que el trópico está ofreciendo al mundo.

Variedades de guayabas

Básicamente existen dos tipos de guayabas. Dependiendo del lugar de producción tendremos la variedad roja o la variedad blanca.

La variedad roja se produce en países del continente africano. La pulpa es de color rosado y está poco extendida comercialmente hablando.

La variedad blanca se produce en países de Latinoamérica y del Caribe. Especial mención hay que hacer de la guayaba producida en **Puerto rico**, ya que es la más dulce y con mayor tamaño y peso.³⁴(NICHESE, 2011)

En el 2007 en Ecuador se está enviando este producto a Europa y Estados Unidos. “En los últimos cuatro años que hemos venido desarrollando este negocio, hemos sentido que esa demanda se está incrementando y que seguramente los volúmenes de fruta que producimos se van quedando cortos,” expresó Federico Arenas, gerente de Agroficial, empresa pionera en el cultivo de guayaba en la península de Santa Elena.

La guayaba es un cultivo perenne, que inicia su producción a los tres años, aumentando los rendimientos con el paso del tiempo, indicó Cristian León, jefe de cultivo.

Dependiendo del manejo que se quiera dar a la guayaba, se pueden hacer plantaciones intensivas de 420 plantas por hectárea, pero también se pueden hacer de 220 por hectárea, teniendo en cuenta las podas que son fundamentales en los rendimientos de la plantación. León recomienda hacerla cada tres meses para

³⁴ NICHESE, 2011. *ORIGEN DE LA GUAYABA, VARIETADES DE LA GUAYABA. EXTRAIDO EL 27 DE AGOSTO DEL 2013.*<http://www.nichese.com>

aumentar la producción. Los costos por hectárea varían, dependiendo de la zona de ubicación del cultivo y la tecnología aplicada, explica el técnico.

El cultivo, aconseja sembrar por esqueje y comprar las plantas en viveros certificados. En los cuatro primeros años tener cuidado con las podas de formación y hacer análisis de suelo.³⁵(EL UNIVERSO, 2008)

Beneficios de la guayaba

La guayaba es una fruta ideal para las dietas, ya que posee poco aporte de calorías, proteínas y grasas. La guayaba está contenida de vitamina C y es muy superior a cítricos como la naranja, llegando a contener proporciones siete veces superiores a las otras frutas.

Además de esto, la guayaba ayuda a la visión por su aporte de provitamina A o betacaroteno, especialmente en las guayabas de pulpa anaranjada, siendo beneficiosa además en la formación de dientes, huesos, o el correcto mantenimiento de mucosas, cabello, piel y sistema inmunológico.³⁶(NICHESE, 2011)

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Implementar una empresa artesanal de jugos de frutas procesadas (mango y guayaba), bajo altos estándares de calidad, empleando la normativa INEN 2337, con el fin de dar a conocer los beneficios nutricionales a los habitantes del Cantón Milagro y su área de influencia, logrando un alto nivel de aceptación.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Implementar en nuestro producto la normativa INEN ALIMENTARIA 2337 de calidad.

³⁵ EL UNIVERSO. La guayaba, fruta poco conocida en Ecuador, inicia su auge en los mercados internacionales. EXTRAIDA EL 23 DE AGOSTO DEL 2013.

<http://www.eluniverso.com/2003/07/19/0001/71/DAA2EF3082BD44D58BC3E801A02D4121.html>

³⁶ NICHESE, 2011. *ORIGEN DE LA GUAYABA, VARIETADES DE LA GUAYABA. EXTRAIDO EL 27 DE AGOSTO DEL 2013.*<http://www.nichese.com>

- Ejecutar campañas publicitarias de los nutrientes que posee las frutas (mango y guayaba).
- Desarrollar ciclo de charlas de nutrición en las instituciones educativas que difunda el alto contenido de los nutrientes que posee el mango y la guayaba.
- Desarrollar un estudio geográfico para determinar la ubicación estratégica de la fábrica para el crecimiento empresarial del cantón.

5.5 UBICACIÓN

La fábrica estará ubicada en la provincia del Guayas, cantón Milagro, en la Avenida Mariscal Sucre. También la Empresa tendrá 1 Oficina, 1 Bodega, 1 Área de Producción, 1 área de carga y descarga, 1 parqueadero, con cerramiento de 300 metros cuadrados.

Figura 11. Croquis del lugar donde funcionara la Empresa Artesanal de Jugos C&C



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Figura12. Plano de la Empresa Artesanal de Jugos C&C



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

5.6 FACTIBILIDAD

Estudio administrativo

La fábrica artesanal de jugos desarrollara su actividad económica bajo el nombre de JUGOS “C&C “. El ambiente en el que estarán nuestros colaboradores será agradable y se mantendrá comunicación permanente, se creara un organigrama por funciones y también se diseñara manuales de funciones para los cargos y manuales de procesos ya que orientara al personal de la empresa.

Además nuestra Empresa Artesanal contara de una misión, visión y valores corporativos.

Figura 13. Logotipo de la Empresa de Jugos C&C.



Misión

Somos una empresa artesanal dedicada a la elaboración, comercialización y distribución de jugo de frutas (mango y guayaba), orientadas a satisfacer las expectativas de nuestros clientes, bajo estándares de calidad, proporcionando productos altamente nutritivos que beneficien a toda la comunidad Milagreña.

Visión

Ser una empresa líder en la elaboración de productos nutritivos artesanales a un mediano plazo, innovando la presentación de los productos, empleando las normas INEN 2337 que certifique la calidad de nuestros productos, permitiendo de esta forma permanecer y expandirse a nivel local y nacional.

Valores corporativos

1. Honestidad
2. Responsabilidad
3. Calidad
4. Confianza y Lealtad
5. Puntualidad

1. **Honestidad.-** Transparencia con nuestros clientes y proveedores, siendo cualidad que nos impulsa a comportarse de modo que merezca la consideración y respeto de nuestra clientela.
2. **Responsabilidad.-** Cumplir con cada norma, leyes, reglamentos y estándares entorno a la empresa, con el fin de alcanzar un óptimo desarrollo organizacional, y responder ante cualquier problema que se presente en la misma.
3. **Calidad.-** Aplicaremos normas de calidad en la elaboración de productos, cuidando los más pequeños detalles para su presentación, utilizando insumos frescos y en buen estado que nos permita obtener un producto excelente.
4. **Confianza y Lealtad.-** Respetar las opiniones o sugerencias de todos los miembros de la organización, apoyando y estimulando al personal, brindándoles una continua capacitación, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.
5. **Puntualidad.-** Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, respetando los estándares establecidos con nuestra gente, exactos en todos

nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros consumidores.

Estudio Técnico

La materia prima que se emplearan en la elaboración de los Jugos Artesanales de mango y guayaba será adquirida a través de la empresa Agrícola Santa MARIA “AGRIEGRA S.A”, la misma que está ubicada en el km. 4 ½ Vía Duran-Tambo Diagonal a Plastigama, donde se obtendrá el mango y la guayaba.

Contaremos con dos agricultores externos que nos proveerán los mangos y las guayabas y están ubicados Vía a Costa y en el cantón el Triunfo.

Para los envases de nuestros productos que serán en Tetrapack de plásticos nuestros proveedores serán las empresas de NUTRILECHE, VITALECHE y serán de 1000ml. y 200ml. para nuestros productos.

En lo concerniente a las maquinarias que se emplearan en el proceso de fabricación están: La Evaporadora, Despulpadora, Envasadora y Refractómetro.

Para desarrollar nuestras actividades, es necesario contar con 7 personas, las mismas que ocuparán y realizarán diversas actividades de acuerdo al cargo para el cual se los contrate, lo detallamos a continuación:

1 Administrador

1 Jefe de producción

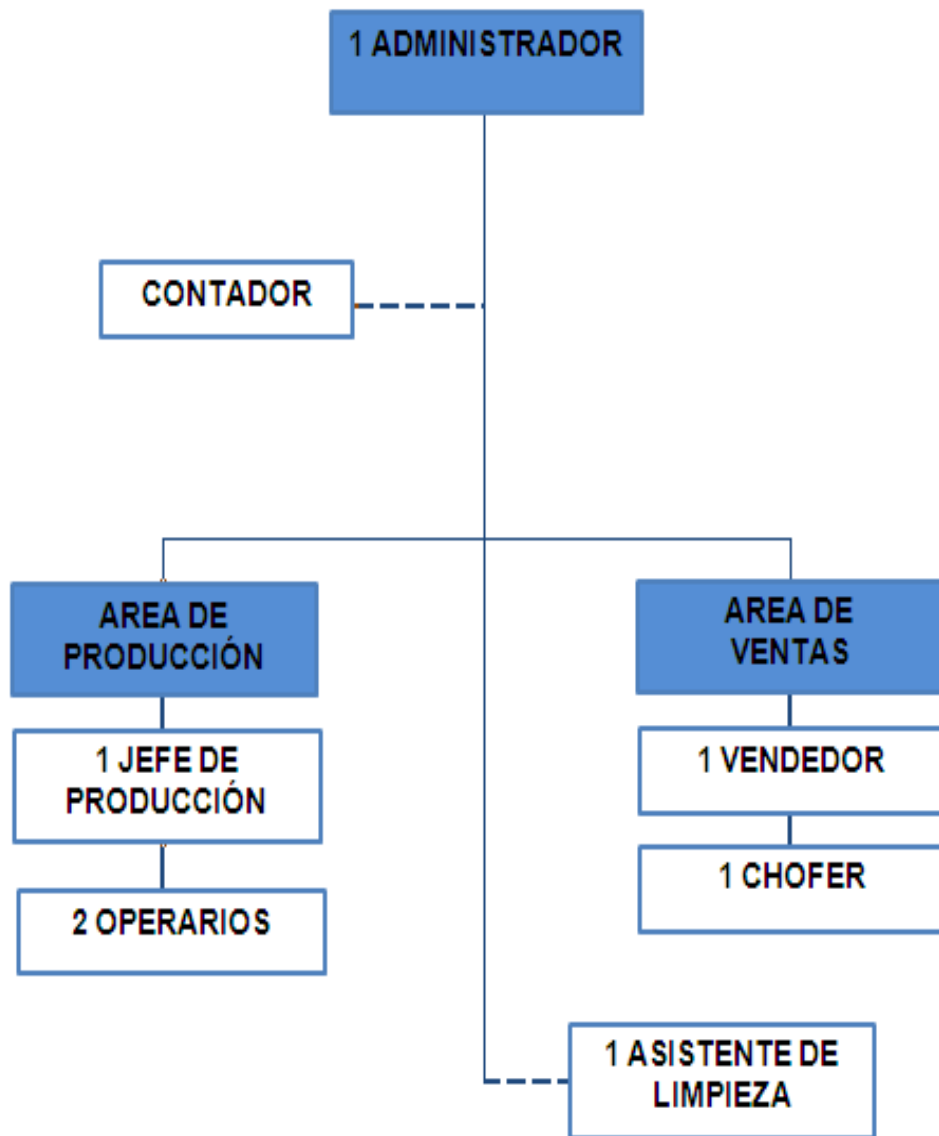
1 Vendedor

2 Operarios

1 Chofer

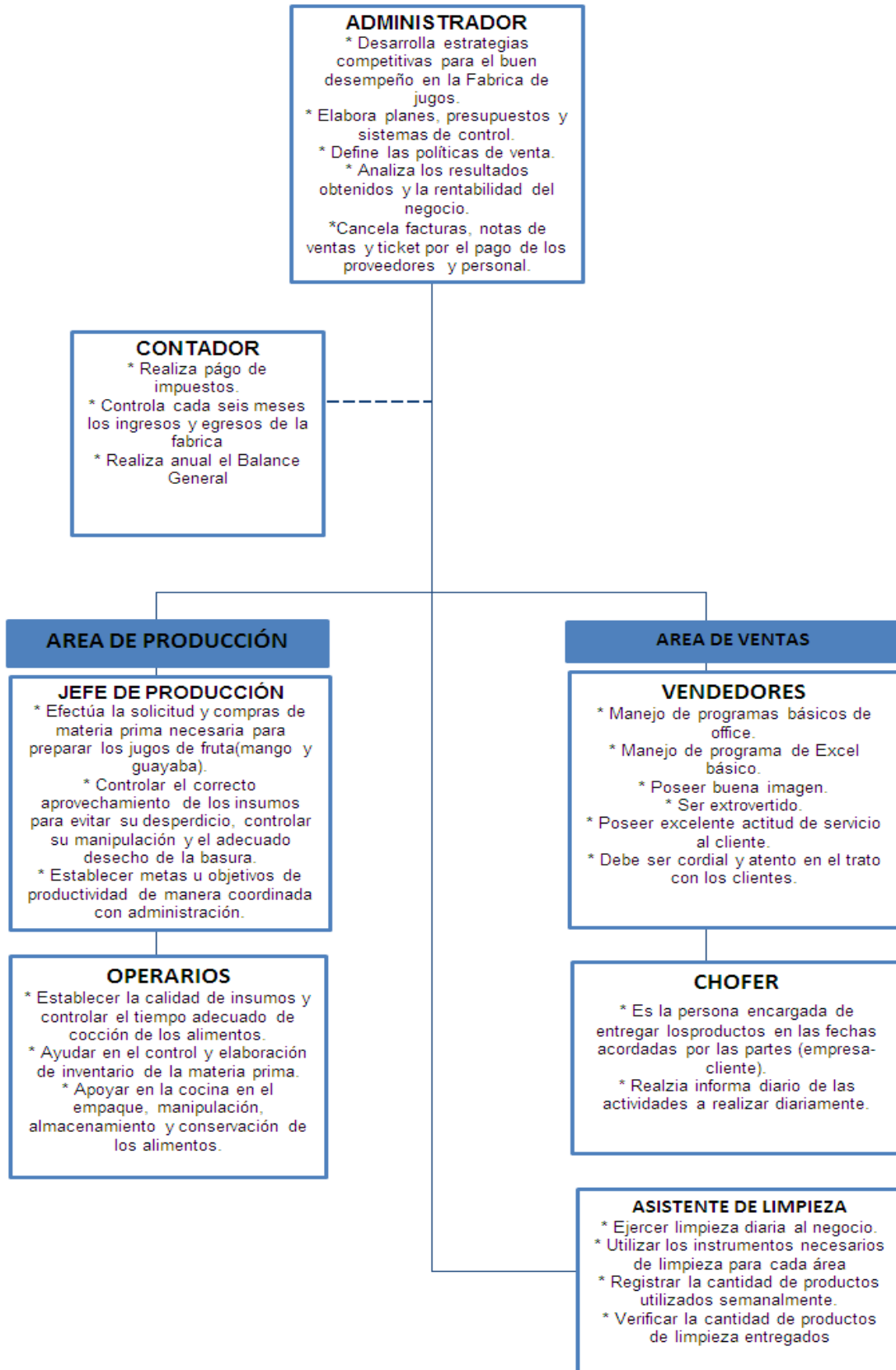
1 Asistente de Limpieza

Cuadro 16. Organigrama estructural de la fábrica.



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 17. Organigrama funcional de la Empresa



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
1.- Perfil del puesto
Cargo: Administrador
Función Básica
El administrador de la microempresa será responsable dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos y se ocupa del cumplimiento de las estrategias fijadas por el negocio. Representar a la microempresa frente a terceros.
Funciones Específica
<ul style="list-style-type: none">• Desarrolla estrategias competitivas para el buen desempeño de la microempresa.• Elabora planes, presupuestos y sistemas de control.• Define las políticas de venta.• Analiza los resultados obtenidos y la rentabilidad del negocio.• Establece la correcta asignación y utilización de los recursos.• Realiza investigaciones de mercado sobre los tipos de clientes, nuevos productos y proveedores.• Establecer el costo y precio de venta final del producto.• Promocionar campañas publicitarias.• Negociar contratos y acuerdos comerciales• Brindar información sobre el establecimiento y servicios que ofrece.• Recibir visitas de clientes especiales.• Supervisa el servicio de atención al cliente.• Atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.• Verifica el cumplimiento de los estándares de calidad de los productos y servicios.• Supervisa y orienta el arreglo del área de servicio al cliente, mesas y utensilios.• Establecer políticas de remuneración y beneficios.• Definir directrices para el reclutamiento y selección de personal.

<ul style="list-style-type: none"> • Establecer procesos y manuales de trabajo para su posterior aplicación.
<ul style="list-style-type: none"> • Investiga las preferencias, gustos y necesidades del consumidor.
Perfil del cargo
<ul style="list-style-type: none"> • Edad: Entre los 25 y 45 años
<ul style="list-style-type: none"> • Género: Indistinto.
<ul style="list-style-type: none"> • Estado civil: Indistinto
Competencia Técnica
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional con título universitario en carreras de Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
Capacitación y conocimientos requeridos
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos generales:
<ul style="list-style-type: none"> • Inglés actualizado
<ul style="list-style-type: none"> • Word
<ul style="list-style-type: none"> • Excel
<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint
<ul style="list-style-type: none"> • Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Ley de régimen tributario intermedio
Conocimientos en:
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos básicos de control gerencial y de liderazgo
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de software contable
<ul style="list-style-type: none"> • Principios de almacenamiento y conservación de todo tipo de alimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de control de gerencial, financiero y contable
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de administración de la producción y control de la existencia
<ul style="list-style-type: none"> • Leyes y normas que rigen al sector de alimentos y microempresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Nociones básicas de ingredientes de platos y servicios que se prestan en la microempresa.
Especificaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para solucionar problemas internos que se llegaran a presentar en la organización.

• Tomar toda clase de decisiones dentro de la organización.
• Comunicación verbal clara, fluida y entendible con empleo de un lenguaje oral – expresivo adecuado
• Planificación de estrategias a corto, mediano y largo plazo.
• Capacidad para negociar con proveedores y de igual forma con clientes potenciales y reales.
• Impulsar el cumplimiento de metas, políticas y objetivos con la finalidad de que la organización alcance sus propósitos propuestos y mantenerse como una empresa sólida en la mente de los consumidores.
• Debe ser organizado, ordenado y preciso en todas sus actividades que realice diariamente, en especial dentro de la microempresa.
• Proyectar una imagen impecable, confiable, atento y con actitud positiva con la finalidad de que el cliente que visite el establecimiento se sienta cómodo e importante.

2.- Perfil del Puesto

Cargo: Jefe de producción
Función Básica
Planifica, dirige y controlar las operaciones del área de producción. De igual manera será responsable de la elaboración de los jugos bajo normas de calidad. También controlará la producción y el eficiente aprovechamiento de la materia prima para evitar su desperdicio.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Efectúa la solicitud y compras de materia prima necesaria para la elaboración de los jugos.
<ul style="list-style-type: none">• Controlar el correcto aprovechamiento de los insumos para evitar su desperdicio, controlar su manipulación y el adecuado desecho de la basura.
<ul style="list-style-type: none">• Establecer metas u objetivos de productividad de manera coordinada con administración.
<ul style="list-style-type: none">• Realizar reportes de las actividades desarrolladas en el área de producción.
<ul style="list-style-type: none">• Designar coordinadamente las funciones que se desarrollen dentro del área de producción.
<ul style="list-style-type: none">• Llevar un control diario de los insumos que utiliza en los procesos de producción, para luego realizar su respectivo reporte al administrador.
<ul style="list-style-type: none">• Debe estar pendiente que los materiales de producción que se encuentren en mal estado sean renovados de inmediato.
<ul style="list-style-type: none">• Dar un reporte a la administración sobre el desempeño de sus actividades.
<ul style="list-style-type: none">• Supervisar al personal que cumpla con todas las normas de higiene, tanto en su presentación personal, como en la manera higiénica en que se elaboran los jugos.
<ul style="list-style-type: none">• Supervisar el mantenimiento de los equipos y utensilios, así como la seguridad y limpieza del lugar de trabajo.
Perfil del cargo
<ul style="list-style-type: none">• Edad: 24 años en adelante
<ul style="list-style-type: none">• Género: Indistinto.
<ul style="list-style-type: none">• Estado civil: Indistinto

Competencia Técnica
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer estudios superiores en carreras afines al trabajo que realiza.
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de por lo menos dos años en el cargo que desempeñan.
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos fundamentales de administración y de recursos humanos.
Conocimientos y habilidades requeridos
<ul style="list-style-type: none"> • Administración y planificación de la producción.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de presupuestos y control de costos.
<ul style="list-style-type: none"> • Principios de administración del recurso humano.
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el manejo de todos los equipos y utensilios.
<ul style="list-style-type: none"> • Debe tener conocimientos básicos de las normas de higiene y presentación personal.
<ul style="list-style-type: none"> • Principios básicos de aprovechamiento de alimentos y sustitución de ingredientes que contribuya a una menor pérdida de insumos.
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer rapidez mental y manual flexible – dócil.
<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad para dirigir, aconsejar y facilidad para trabajar en equipo, pero sobre todo estar dispuesto a escuchar sugerencia del equipo de trabajo que dirige.

3.- Perfil del Puesto

Cargo: Vendedor
Función Básica
Atender de forma personalizada al cliente para la venta de nuestros productos, brindando siempre buen servicio e imagen.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Establecer un Nexo entre Cliente y la microempresa.• Contribuir a la solución de problemas.• Administrar su territorio o zona de Ventas.• Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la microempresa que representa.
Perfil del cargo
Edad: 18 a 25 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias Técnicas
Educación: Bachiller o estudios Superiores Marketing o carreras afines.
Experiencia: No indispensable
Capacitación mínima requerida
<ul style="list-style-type: none">• Cursos de Utilitarios• Word, Excel, Power Point.
Conocimientos y habilidades requeridos
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para aprender• Dinamismo y Energía• Productividad• Responsabilidad• Modalidad de contacto• Tolerancia a la presión
Cursos de Especialización:
Ventas y Servicios al Cliente.

4.- Perfil del puesto (STAFF)

Cargo: Contador Externo
Función básica
El contador externo tiene la responsabilidad de realizar pagos de impuestos cada 6 meses a realizarse dentro y fuera de la microempresa.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Se encarga elaborar Balances Anuales
<ul style="list-style-type: none">• Se encarga de cancelar los impuestos.
<ul style="list-style-type: none">• Se encargara de controlar cada seis meses los ingresos y egresos de la Fabrica
Perfil del cargo
<ul style="list-style-type: none">• Edad: Entre los 25 y 34 años.
<ul style="list-style-type: none">• Género: Indistinto.
<ul style="list-style-type: none">• Estado civil: Indistinto.
Competencia Técnica
<ul style="list-style-type: none">• Ser Ing. C.P.A. Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.
Conocimientos y habilidades requeridos
<ul style="list-style-type: none">• Manejo de programas básicos de office.
<ul style="list-style-type: none">• Manejo de programa de Excel.
<ul style="list-style-type: none">• Leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la microempresa.
<ul style="list-style-type: none">• Herramientas de control contable y financiero.
<ul style="list-style-type: none">• Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para trabajar en equipo.
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de trabajo bajo presión.

5.- Perfil del puesto

Cargo: Operario
Función Básica
Realizar todas labores que comprende en el proceso y tratamiento de la materia prima, hasta obtener el producto terminado.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Verificar la materia prima.
<ul style="list-style-type: none">• Determinar el método de selección.
<ul style="list-style-type: none">• Analizar la calidad de producción.
<ul style="list-style-type: none">• Dirigir el funcionamiento adecuado de maquinarias.
PERFIL DEL CARGO
Edad: 18 años en adelante.
Sexo: Masculino
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para aprender
<ul style="list-style-type: none">• Productividad
<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad
<ul style="list-style-type: none">• Confianza en sí mismo
<ul style="list-style-type: none">• Iniciativa
<ul style="list-style-type: none">• Tolerancia a la presión
<ul style="list-style-type: none">• Dinamismo y energía
Competencias Técnicas
Educación: Bachiller

6.- Perfil del puesto

Cargo: Asistente de Limpieza y Mantenimiento.
Función básica:
Mantener todas las áreas de trabajo limpias además de realizar diligencias que competan a la institución.
Funciones específica:
<ul style="list-style-type: none">• Limpiar las diferentes áreas que conforman la institución.• Reportar a su superior acerca del trabajo que realiza o alguna anomalía que se presente.• Encargado entregar información escrita al personal interno.• Realizar diligencias referentes a la institución. .
Perfil del cargo
Edad: 18 años en adelante.
Sexo: Masculino
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
Productividad
Responsabilidad
Iniciativa
Tolerancia a la presión
Dinamismo y energía
Competencias Técnicas
Educación: Bachiller
Experiencia: Poseer 2 años de experiencia laboral en cargos similares.

7.- Perfil del puesto

Cargo: Chofer.
Función básica:
Tiene la responsabilidad de llevar los pedidos a los clientes mayoristas o minoristas que pueden ser dentro o fuera de la Ciudad.
Funciones específica:
Entregar los pedidos a tiempo, sin retrasos
Se encarga de receiptar el dinero del pedido y entregar la debida factura y el producto al cliente.
Realiza informe de entrega.
Perfil del cargo
Edad: 25 a 35 años en adelante.
Sexo: Masculino
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
Responsabilidad
Tolerancia a la presión
Dinamismo y energía
Competencias Técnicas
Educación: Bachiller
Experiencia: Poseer 2 años de experiencia laboral en cargos similares.
Entrenamiento en el puesto:
15 días en el cargo.

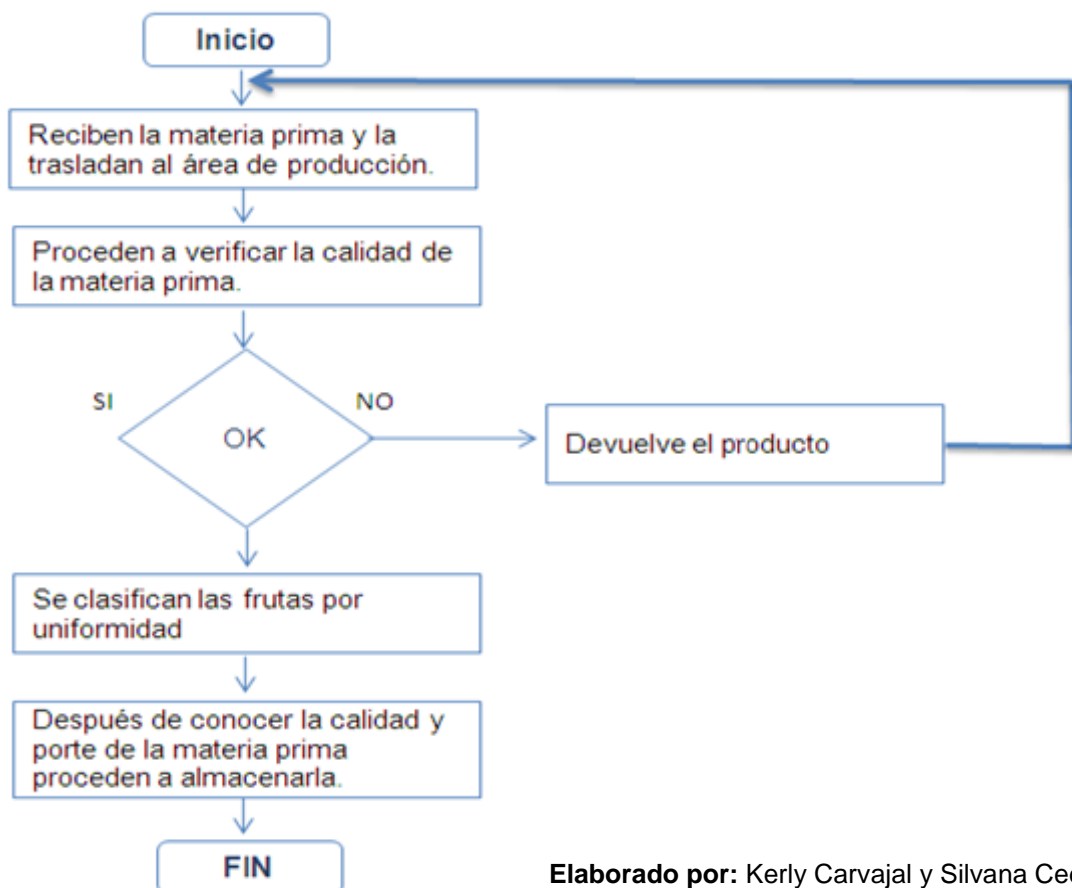
PROCEDIMIENTOS:

PROCESO DE RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA E INSUMOS

Operarios

- Reciben las materias primas y la trasladan al área de producción.
- Proceden a verificar la calidad de la materia prima, para constatar que estén en óptimas condiciones, serán revisadas en su totalidad para su posterior almacenaje.
- Se clasifican las frutas por uniformidad, para determinar cual servirá para la elaboración de los jugos de mango y guayaba.
- Después de conocer la calidad y porte de la materia prima proceden a almacenarla.

FIGURA 14. Flujograma del proceso de Recepción de la materia prima e insumos (mango y guayaba)



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Personal de servicio

- Desarrolla estrategias de promoción.
- Establece contacto con los clientes potenciales.
- Aplica estrategias publicitarias.
- Registra orden de pedido.

Producción

- Envía orden a producción.

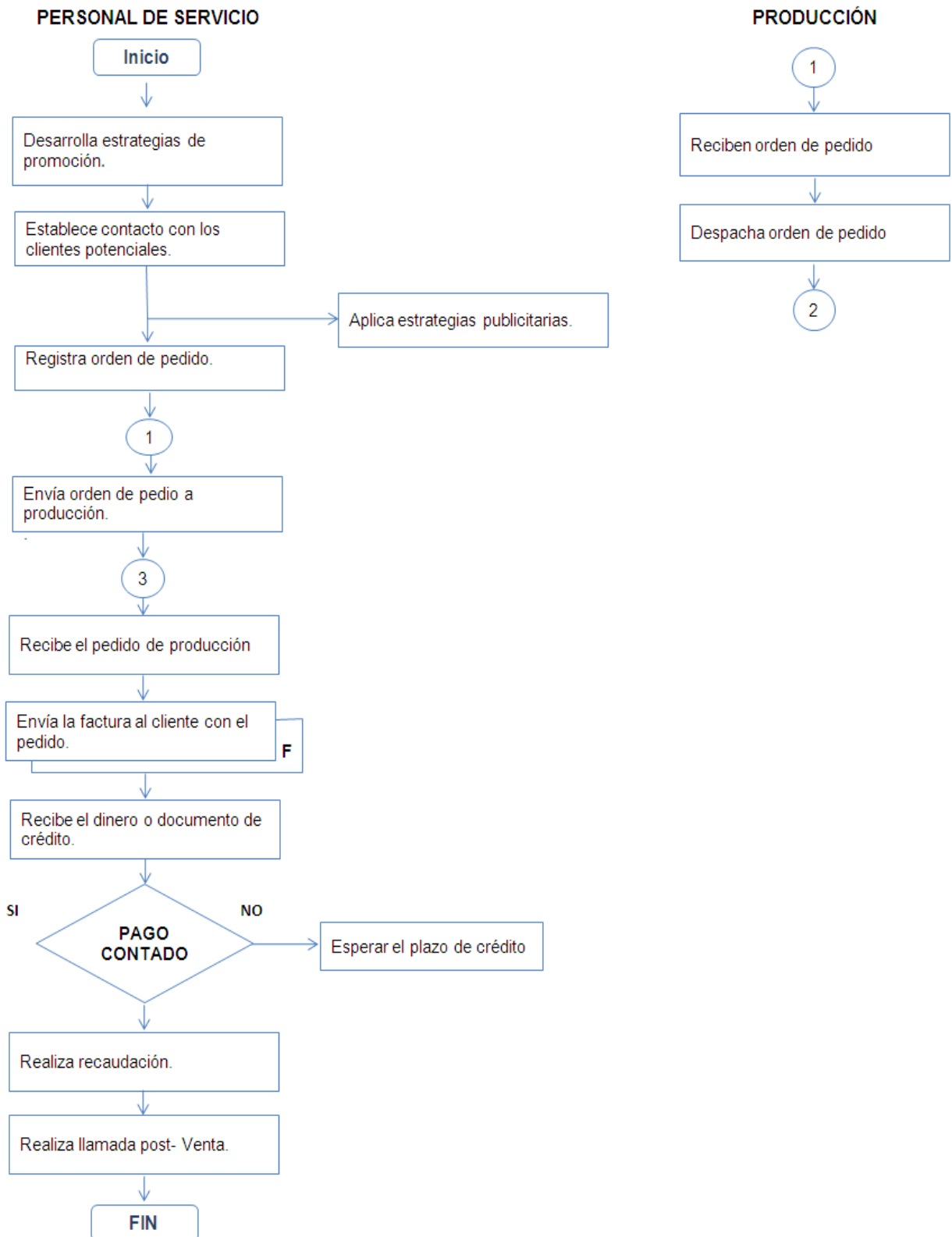
Personal de servicio

- Recibe el pedido de producción
- Envía la factura al cliente con el pedido.
- Recibe el dinero o documento de crédito.
- Realiza recaudación.
- Incluye al cliente a la base de datos.
- Realiza llamada post- Venta.

Políticas.

- Como política de pago se establece lo siguiente, 50% pago en efectivo y el otro 50% a 20 días plazo.
- Los clientes que hayan hecho tres pedidos mínimo de \$100,00 se le otorgaran 30 días plazo.

FIGURA 15. Proceso de comercialización del producto (jugo sabor a mango y guayaba de 1 litro y de 200ml.



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

PROCESO DE VENTAS

VENDEDOR

1. Atiende al Cliente y recepta requerimiento.
2. Ofrece productos
3. Realiza demostración e indica precios.
4. Informa al Cliente las formas de pago: Efectivo o Cheque certificado. En caso de que el cliente no esté conforme con el producto, precio o forma de pago finaliza la venta.
5. Procede a despachar los productos.
6. Elabora una factura Original y Copia.
7. Entrega factura original y copia e instruye al cliente para que cancele.

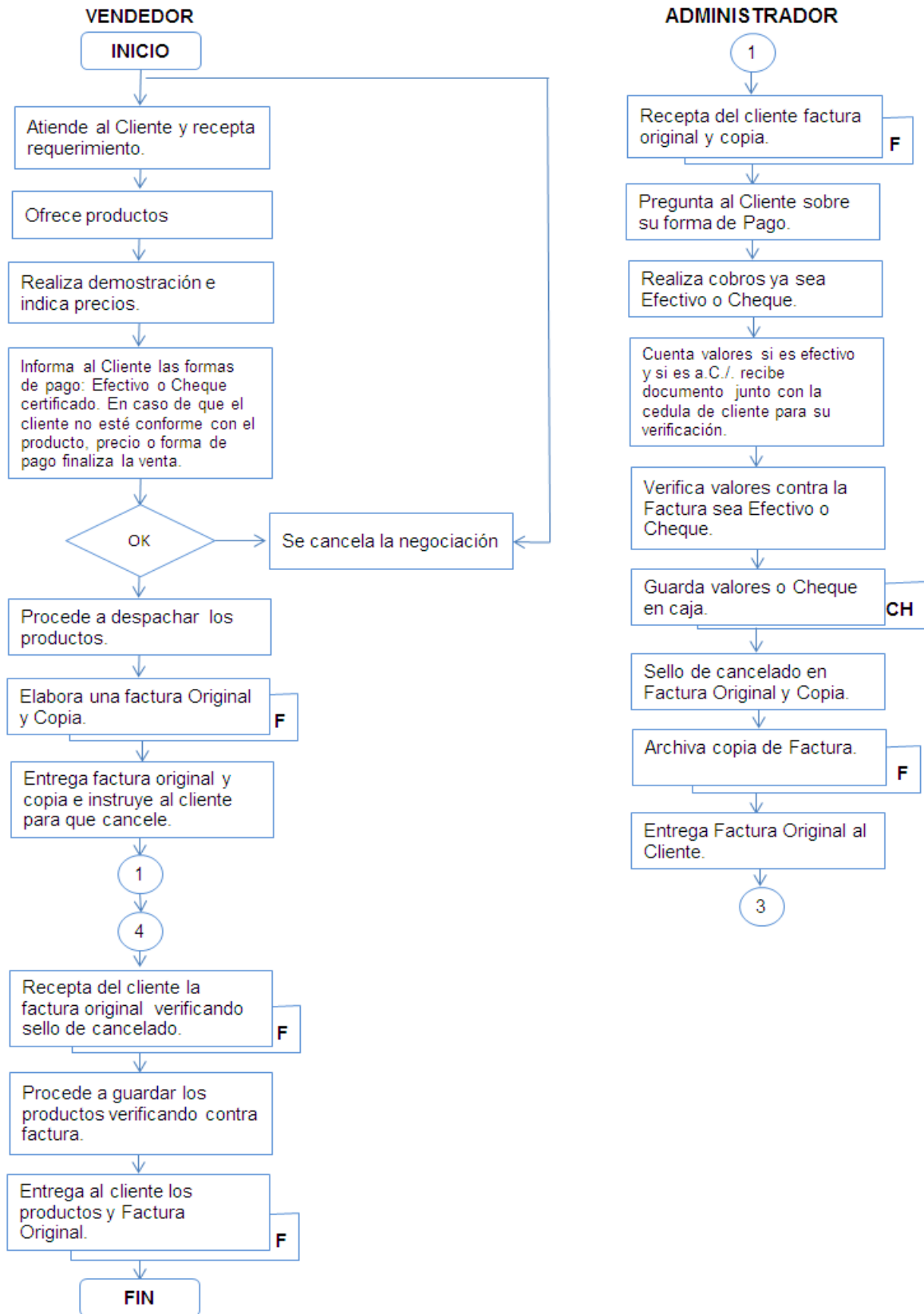
Administrador

8. Recepta del cliente factura original y copia.
9. Pregunta al Cliente sobre su forma de Pago.
10. Realiza cobros ya sea Efectivo o Cheque.
11. Cuenta valores si es efectivo y si es a.C. /recibe documento junto con la cedula de cliente para su verificación.
12. Verifica valores contra la Factura sea Efectivo o Cheque.
13. Guarda valores o Cheque en caja.
14. Sello de cancelado en Factura Original y Copia.
15. Archiva copia de Factura.
16. Entrega Factura Original al Cliente.

VENDEDOR

17. Recibe del cliente la factura original verificando sello de cancelado.
18. Procede a guardar los productos verificando contra factura.
19. Entrega al cliente los productos y Factura Original.

FIGURA 16. Flujograma de ventas



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS

Administrador

1. Recopila información de las transacciones del mes.
2. Revisa soportes de transacciones del mes.
3. Ingres a información a Excel.
4. Prepara estados financieros preliminares.
5. Imprime estados financieros preliminares.
6. Revisa la correcta impresión de los estados financieros preliminares.
7. Entrega estados financieros preliminares al contador.

CONTADOR EXTERNO

8. Recibe estados financieros preliminares.
9. Revisa estados financieros preliminares.
10. Realiza correcciones para revisión final.
11. Devuelve al asistente para su respectiva corrección.

ADMINISTRADOR

12. Recibe estados financieros para su corrección.
13. Realiza correcciones sugeridas.
14. Imprime estados financieros con las correcciones sugeridas.
15. Revisa la correcta impresión de los estados financieros.
16. Registra firma de elaborado.

17. Entrega estados financieros al contador para su firma.

CONTADOR EXTERNO

18. Recibe estados financieros.

19. Revisa estados financieros.

20. Aprueba estados financieros.

21. Firma estados financieros.

22. Entrega estados financieros a gerencia.

Administrador

23. Recibe estados financieros.

24. Revisa los estados financieros.

25. Aprueba estados financieros. (En el caso de negarlos devuelve al contador.)

26. Firma los estados financieros.

27. Entrega estados financieros al asistente para su archivo.

CONTADOR EXTERNO

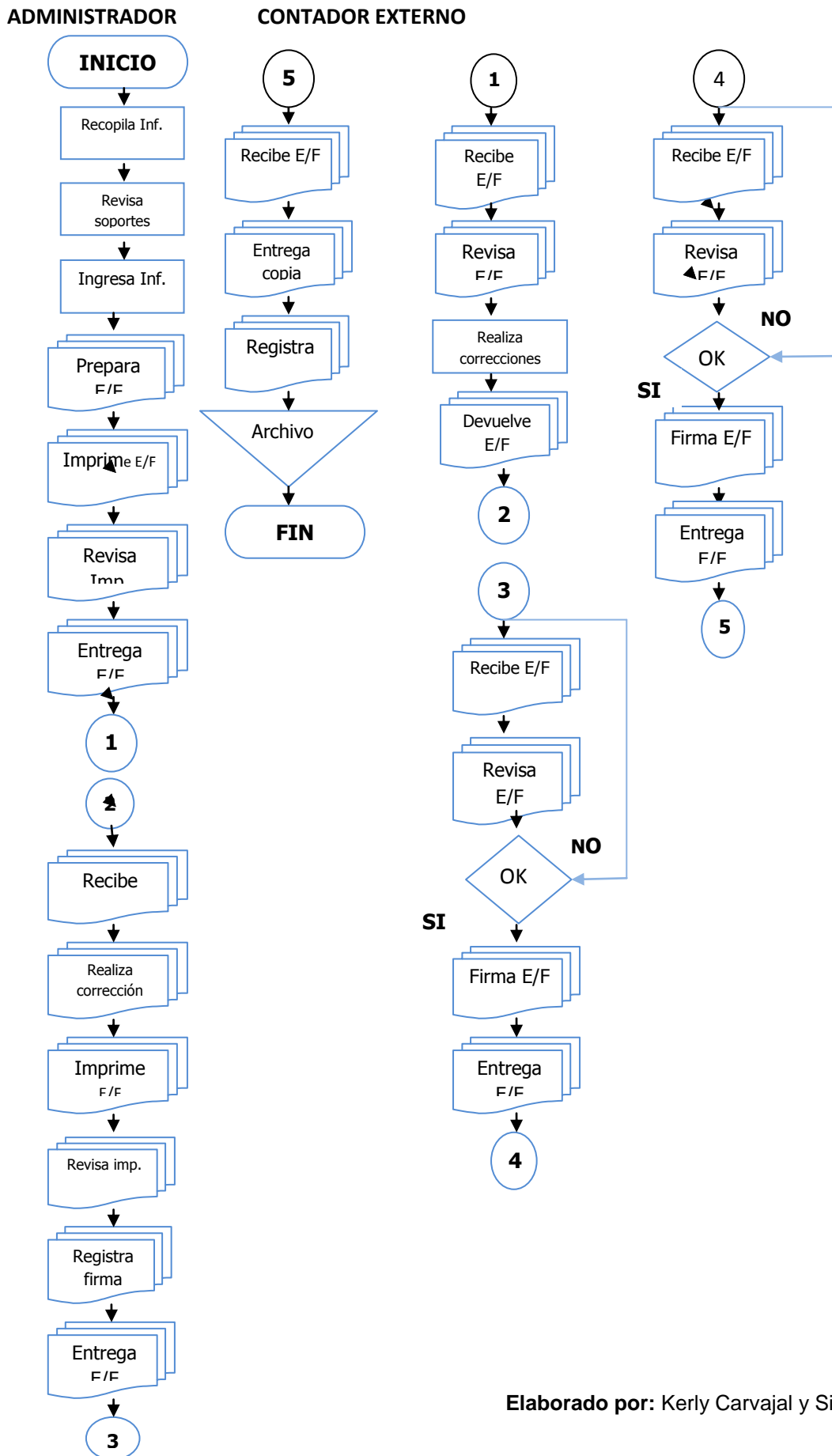
28. Recibe estados financieros anuales

29. Entrega copia de los estados financieros al contador y gerencia Anual

30. Registra en el archivo el mes al que corresponde los estados financieros.

31. Archiva estados financieros.

FIGURA 17. Diagrama de flujo



Estudio Legal

Revisando las diferentes leyes, normas, reglamentos, se pudo cerciorar que no existe ningún impedimento legal que no permita la ejecución de esta propuesta innovadora en este sector comercial del cantón Milagro.

REQUISITOS PARA TRAMITAR LA PATENTE MUNICIPAL (anual)

La patente municipal es importante manifestar que se tramitan en la comisaría municipal, suscrita en cada cantón, en este caso en la Ciudad de Milagro.

Adjuntando los requisitos que se describen a continuación:

- Comprar una tasa para patente (ventanilla #2 de \$ 1,00)
- Traer recibo de pago del año anterior (por renovación)
- Traer copia de cedula legible y certificado de votación
- Traer copia de RUC legible
- Certificado de uso de suelo
- Ultima declaración del IVA
- Copia de certificado de votación

TRÁMITE DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (R.U.C.)

Como toda organización que ejerce una actividad comercial debe cumplir con las disposiciones legales del país, que regulan el comercio.

Para obtener el R.U.C. se requiere los siguientes requisitos:

Original y copia legible de:

- Cédula vigente a color
- Certificado de votación (último proceso electoral)

- 1 planilla de agua, luz o teléfono (de cualquiera de los últimos tres meses) o contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre del solicitante.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

La fábrica artesanal tiene que gestionar la obtención de salud en el Hospital León Becerra, para lo cual se necesita cumplir con los siguientes requisitos:

- 1 solicitud dirigida al Director provincial de Salud del Guayas.
- Registro Único de Contribuyente
- Cédula de Ciudadanía
- Certificado de votación
- Certificado del Cuerpo de Bomberos
- Copia de los Certificados de Salud de los trabajadores
- Traer por duplicado en carpeta manila con copia de solicitud.

Procedimiento en el Ministerio de Salud Pública: Una vez presentados los requisitos antes descritos, el inspector correspondiente al área de salud del Hospital de la Ciudad de Milagro, procede a realizar la inspección del local para constatar el estado sanitario del establecimiento.

Con el informe de inspección realizada y con los requisitos primeros nombrados son enviados a la Dirección Provincial de Salud del Guayas. Específicamente el Dpto. de Emisión y Permisos, otorga el permiso de funcionamiento una vez realizada la revisión de la documentación presentada.

CERTIFICADO DE PERMISO SANITARIO DEL PROPIETARIO Y EMPLEADOS DEL ESTABLECIMIENTO

Solicitar consulta médica en el departamento de estadística del Hospital de la Ciudad Milagro. El Departamento de estadística del Hospital, abre una carpeta de historia clínica con la Dra. Medicina General.

Una vez en la consulta, el Dr. extiende una orden de exámenes de laboratorio a realizar dentro del Hospital.

Tipos de exámenes:

- Sangre (Sífilis, VIH, entre otros)
- Parasitario (heces)
- VDRL (tuberculosis)
- Orina

Con los resultados obtenidos regresa donde el Dr. Medicina General, si resulta positivo en alguna enfermedad, no se le otorga el permiso.

Para lo cual tendrá que seguir el tratamiento respectivo hasta que esté libre de cualquier tipo de enfermedad. Una vez comprobado que la persona está completamente sana, deberá presentar los siguientes requisitos, previo a la obtención del Certificado de Salud Ocupacional:

- Copia de cédula de ciudadanía
- Foto tamaño carnet.
- Especie (tiene un valor de \$4,00)

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS De MILAGRO

Este permiso es emitido por el cuerpo de bomberos de la localidad, previa inspección de los encargados del respectivo establecimiento.

Requisitos:

1. Solicite inspecciones de establecimiento comercial (valor especie valorada \$ 2,90)
2. Para Inscripción para la Fabrica Artesanal (valor 4,50)
3. Costo para el funcionamiento de la fábrica (valor 167,45)
4. Original/ copia cedula de propietario o Rep. Legal
5. Copia de RUC
6. Original y copia de Carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).
7. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:
 - Presentar informe de la inspección.
 - Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros

Realizar una carta dirigida al Ab. Antonio Albán Vinueza Gerente General E.P.C.B.M. solicitando el permiso para el funcionamiento.

Información complementaria del Cuerpo de Bombero de Milagro

- Cada 50 m² que haya, debe de haber un agente extintor de 10 libras.
- Instalar lámpara de emergencia en vía de entrada y salida. Y tener puertas de emergencias.
- Instalaciones Eléctricas en buen estado y los cables empotrados y cubiertos.
- Sistema de teccion de humo con panel centralizados(no batería o pilas)
- Letreros de evacuación de entrada y salida (fondos verdes y letras blancas de 30 x 20)

- Reflectivo color iluminante

El permiso debe ser exhibido en un lugar visible al igual que los extintores de incendio u presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI)

La solicitud para obtener una patente de invención, deberá presentarse en el formato específico y disponible en la página Web del IEPI (www.iepi.gob.ec):

- Identificación del solicitante(s) con sus datos generales, e indicando el modo de obtención del derecho en caso de no ser el mismo el inventor.
- Identificación del inventor(es) con sus datos generales.
- Título o nombre de la invención o modelo de utilidad.
- Identificación del lugar y fecha de depósito del material biológico vivo, cuando la invención se refiere a procedimiento microbiológico.
- Identificación de la prioridad reivindicada, sin fuere del caso o la declaración expresa de que no existe solicitud previa.
- Identificación del representante o apoderado, con sus datos generales.
- Identificación de los documentos que acompañan la solicitud.

Requisitos para proteger la patente

Para que una patente pueda ser protegida se requiere que tenga:

- Novedad
- Nivel inventivo
- Aplicación industrial

Requisitos para la concesión de crédito en el BNF (Garantía Hipotecaria)

- 1.- Copia de cédula de ciudadanía a colores (solicitante y cónyuge)
- 2.- Copia de certificado de votación actual a colores (Solicitante y cónyuge)
- 3.- Copia de la cuenta de libreta de ahorro o corriente BNF.
- 4.- Copia de la planilla de agua, luz o teléfono o un documento que permita la verificación del domicilio.
- 5.- RUC (negocio establecido)
- 6.- Contrato de arrendamiento debidamente legalizado o título de propiedad del lugar de inversión (Copia de escritura)-
- 7.- Título de propiedad del bien a hipotecar (Copia de escritura).
- 8.- certificado de estar al día en el pago de los impuestos de la propiedad o una copia de pago del impuesto predial del presente año.
- 9.- Referencia bancarias, comerciales y de proveedores-
- 10.- Certificado del registrador de la propiedad del presente año con indicaciones de linderos, medidas, superficie del predio, historia de dominio y gravámenes que puedan afectarlos.
- 11.- Planos del predio a hipotecar.
- 12.- Factura proforma de los bienes adquirir (negocio o para sistema de riego).

Cuadro 18. Normativa INEN Alimentaria 2337

NORMATIVA INEN 2337 (JUGOS, PULPAS, CONCENTRADOS, NECTARES, BEBIDAS DE FRUTAS Y VEGETALES)



Esta norma se aplica a los productos procesados que se expanden para consumo directo; no se aplica a los concentrados que son utilizados como materia prima en las industrias.



Jugo (zumo) de fruta.-
Es el producto líquido sin fermentar pero susceptible de fermentación, obtenido por procedimientos tecnológicos adecuados, conforme a prácticas correctas de fabricación.



Néctar de fruta.- Es el producto pulposo sin fermentar, pero susceptible de fermentación, obtenido de la mezcla del jugo de fruta o pulpa, concentrados o sin concentrar o la mezcla de éstos, provenientes de una o más frutas con agua e ingredientes endulzantes o no.



Bebida de fruta.- Es el producto sin fermentar, obtenido de la dilución del jugo o pulpa de fruta, concentrados o sin concentrar o la mezcla de éstos, provenientes de una o más frutas con agua, ingredientes endulzantes y otros aditivos permitidos.

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS



1. El jugo y la pulpa debe ser extraído bajo condiciones sanitarias apropiadas, de frutas maduras, sanas, lavadas y sanitizadas, aplicando los Principios de Buenas Prácticas de Manufactura.

2. Los productos deben estar libres de insectos o sus restos, larvas o huevos de los mismos.

3. Sólo a los néctares de fruta pueden añadirse miel de abeja y/o azúcares derivados de frutas.

4. No se permite la adición de colorantes artificiales y aromatizantes, ni de otras sustancias que disminuyan la calidad del producto, modifiquen su naturaleza o den mayor valor que el real.

REQUISITOS



El jugo puede ser turbio, claro o clarificado y debe tener las características sensoriales propias de la fruta de la cual procede.

El jugo y la pulpa debe estar exento de olores o sabores extraños u objetables.

El jugo puede ser turbio, claro o clarificado y debe tener las características sensoriales propias de la fruta de la cual procede.

REQUISITOS MICROBIOLÓGICOS



El producto debe estar exento de bacterias patógenas, toxinas y de cualquier otro microorganismo causante de la descomposición del producto.

El producto debe estar exento de toda sustancia originada por microorganismos y que representen un riesgo para la salud.

Los productos envasados asépticamente deben cumplir con esterilidad comercial de acuerdo a la **INEN 2335**

INSPECCIÓN



El muestreo debe realizarse de acuerdo a la **INEN 378**.

Se aceptan los productos si cumplen con los requisitos establecidos en esta norma, caso contrario se rechaza.

ENVASADO Y EMBALADO



El material de envase debe ser resistente a la acción del producto y no debe alterar las características del mismo.

Los productos se deben envasar en recipientes que aseguren su integridad e higiene durante el almacenamiento, transporte y expendio.

ROTULADO



En el rotulado debe estar claramente indicada la forma de reconstituir el producto.

No debe tener leyendas de significado ambiguo, ni descripción de características del producto que no puedan ser comprobadas.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 ACTIVIDADES

PREPARACIÓN DEL JUGO DE MANGO

- 1. Selección de la materia prima:** Debe ser de buena calidad, en estado óptimo de madurez. (Mango)
- 2. Pesado:** Clasificar la materia prima en medianas a grandes, que estén sanas y maduras.
- 3. Lavado:** Se hace con el fin de eliminar las materias extrañas que puedan estar adheridas a la fruta. Se puede realizar por inmersión y/o agitación o por rociada. Este último es el más efectivo.
- 4. Pelado:** El pelado se hace manualmente para lo cual se hace uso de cuchillos de acero inoxidable.
- 5. Pulpeado:** Consiste en presionar la pulpa y así obtener un tamaño adecuado de jugos pulposos. La operación se hace en equipos especiales denominadas pulpeadoras acondicionadas con mallas apropiadas.
- 6. Refinado:** La pulpa es pasada a una segunda operación para eliminar toda partícula superior a 1mm de diámetro.
Esta actividad se puede realizar en el mismo pulpeador pero previo cambio de tamiz o malla por ejemplo: N° .5 o menor.
- 7. Estandarizado:** Esta operación involucra: regular la dilución pulpa: agua, regular el pH, para lo cual se utiliza ácido cítrico; regular los °Brix con azúcar blanca y

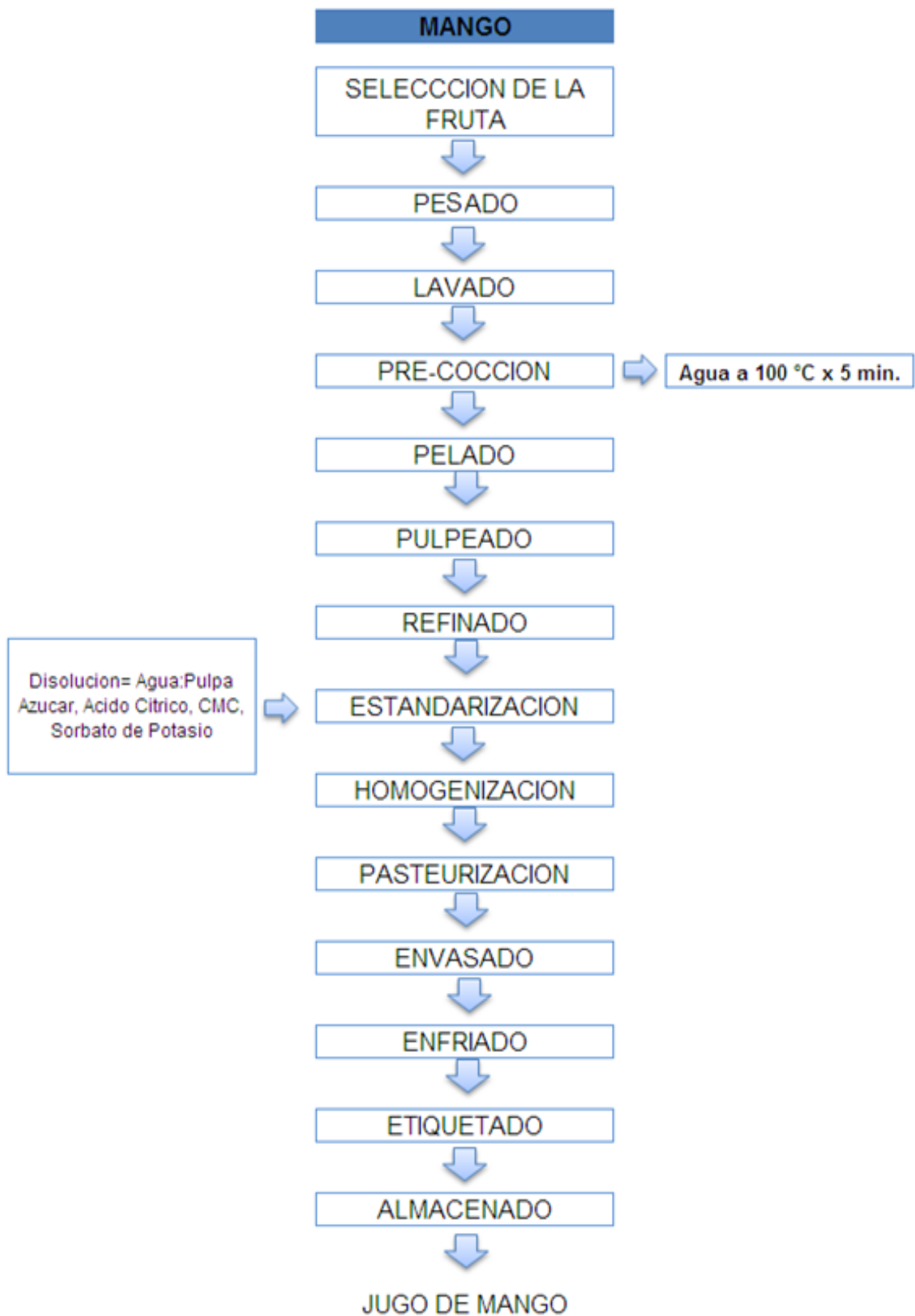
adicionar el estabilizante (CMC) y el conservante (Sorbato de sodio o Benzoato de Potasio).

8. Pasteurizado: Esta operación es un tratamiento térmico que se realiza para inactivar la carga microbiana que pudiera tener el JUGO. Es muy importante tener en cuenta el tiempo y la temperatura de pasteurización. Se puede utilizar un equipo denominado pasteurizador de placas, regulado para trabajar a 100 °C con un tiempo de permanencia del néctar de 5 segundos; o en su defecto ollas para lo cual se debe dejar que el producto llegue a la temperatura de ebullición por un tiempo de 5 min.

9. Envasado, enfriado y etiquetado: Se puede hacer en envases de Tetrapack, sellándolos inmediatamente después de llenados en caliente. Después se procede a etiquetar.

10. Almacenamiento: Procede a almacenar los productos de forma adecuada para su respectiva distribución.

Figura 18.Preparación Jugo de Mango



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Proceso de la Guayaba.

1. Selección de la materia prima: Debe ser de buena calidad, en estado óptimo de madurez. (Guayaba).

2. Pesado: Clasificar la materia prima en medianas a grandes, que estén sanas y maduras.

3. Lavado: Se hace con el fin de eliminar las materias extrañas que puedan estar adheridas a la fruta. Se puede realizar por inmersión y/o agitación o por rociada. Este último es el más efectivo.

4. Pre-cocción: Tiene por objeto ablandar la fruta, facilitando de este modo el Pulpeado. Esta operación se realiza en agua a ebullición. La pre cocción también sirve para inactivar ciertas encimas responsables del pardiamiento, de ser así se estaría hablando de un escaldado.

5. Pelado: Dependiendo de la materia prima, esta operación puede ejecutarse antes o después de la precocción (En este caso la guayaba. La mayoría de frutas son sometidas al pulpeado con su cáscara. Esto siempre y cuando se determine que la cáscara no tiene ningún efecto que haga cambiar las condiciones sensoriales de la pulpa o sumo. El pelado se hace manualmente para lo cual se hace uso de cuchillos de acero inoxidable.

6. Pulpeado: Consiste en presionar la pulpa y así obtener un tamaño adecuado de jugos pulposos. La operación se hace en equipos especiales denominadas pulpeadoras acondicionadas con mallas apropiadas.

7. Refinado: La pulpa es pasada a una segunda operación para eliminar toda partícula superior a 1mm de diámetro.

Esta actividad se puede realizar en el mismo pulpeador pero previo cambio de tamiz o malla por ejemplo: N° .7 o menor.

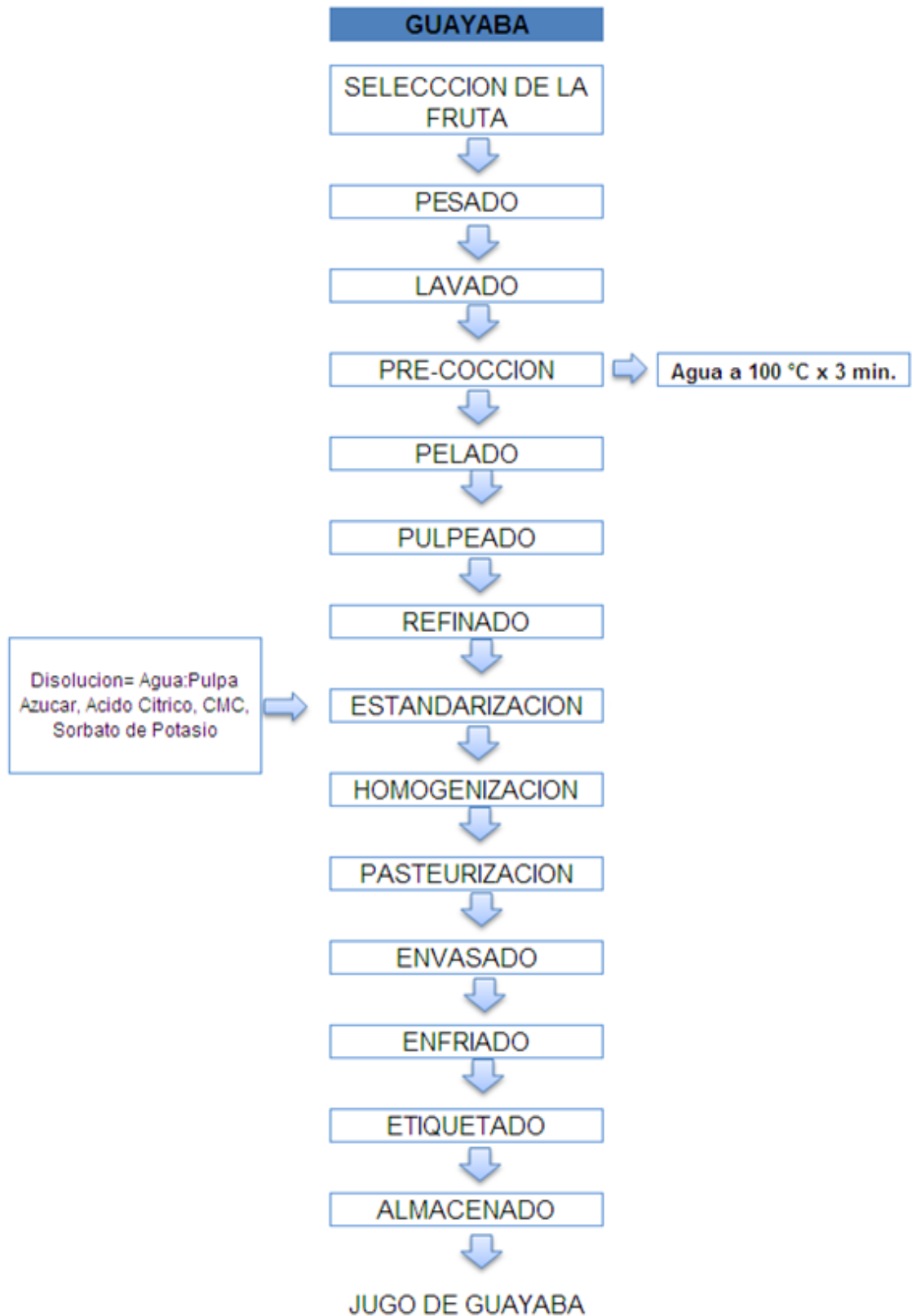
8. Estandarizado: Esta operación involucra: regular la dilución pulpa: agua, regular el pH, para lo cual se utiliza ácido cítrico; regular los °Brix con azúcar blanca y adicionar el estabilizante (CMC) y el conservante (Sorbato de sodio o Benzoato de Potasio).

9. Pasteurizado: Esta operación es un tratamiento térmico que se realiza para inactivar la carga microbiana que pudiera tener el JUGO. Es muy importante tener en cuenta el tiempo y la temperatura de pasteurización. Se puede utilizar un equipo denominado pasteurizador de placas, regulado para trabajar a 100 °C con un tiempo de permanencia del néctar de 3 minutos; o en su defecto ollas para lo cual se debe dejar que el producto llegue a la temperatura de ebullición por un tiempo de 7 min.

10. Envasado, enfriado y etiquetado: Se puede hacer en envases de Tetrapack, sellándolos inmediatamente después de llenados en caliente. Después se procede a etiquetar.

11. Almacenamiento: Procede a almacenar los productos de forma adecuada para su respectiva distribución.

Figura 19.Preparación Jugo de Guayaba



Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Análisis FODA

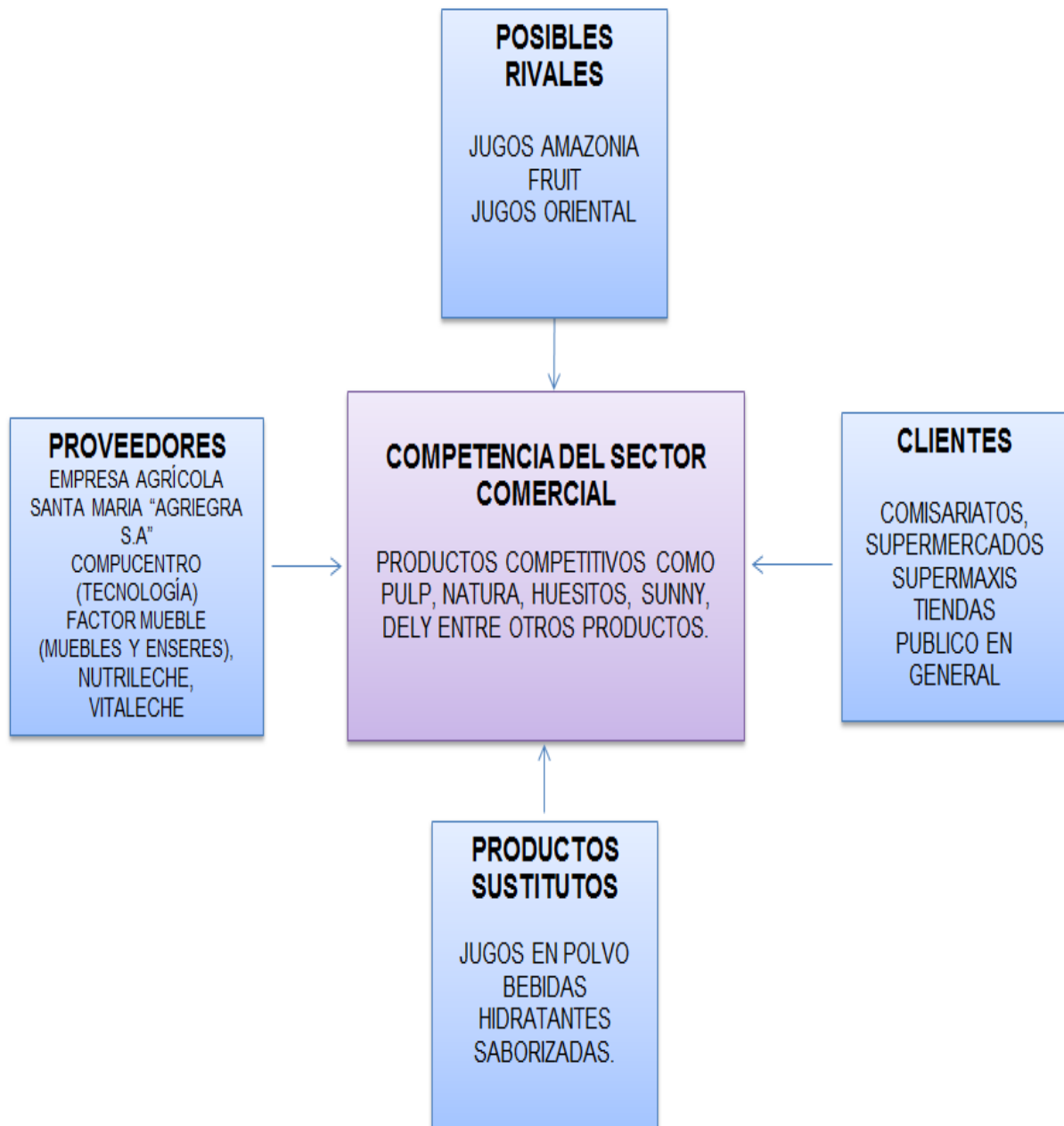
Cuadro19.Foda interno-externo

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">• Nuestro producto cumple con las normas INEN 2337.• Personal altamente capacitado y calificado.• Producto con alto contenido nutricional.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Ser los primeros en ingresar con un producto artesanal• Facilidades de financiamientos de las entidades bancarias de este sector.• Establecer negociaciones con los proveedores de la materia prima.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Es una empresa nueva en el mercado.• No se cuenta con plan de seguridad industrial.• Carencia de un local propia
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none">• Incremento de la competencia.• Políticas económicas que pueden afectar la permanencia del negocio.• Presencia de sustitutos con un buen desempeño nutricional.

Cuadro 20. Matriz FO-FA-DO-DA.

<p>“Empresa artesanal de jugos de frutas procesadas (mango y guayaba) en la ciudadela La Pradera del cantón Milagro”.</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> Nuestro producto cumple con las normas INEN 2337. 	<ul style="list-style-type: none"> Es una empresa nueva en el mercado.
	<ul style="list-style-type: none"> Personal altamente capacitado y calificado. 	<ul style="list-style-type: none"> No se cuenta con plan de seguridad industrial.
	<ul style="list-style-type: none"> Damos a conocer los beneficios nutricionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Carencia de un local propio
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> Ser los primeros en ingresar con un producto artesanal 	<p>El contar con un personal capacitado además de ofrecer un servicio de calidad se logrará incrementar los niveles de rentabilidad de la empresa, quedando solvente para poder implementar sucursales en otras plazas de mercado y así ganar posicionamiento a nivel nacional.</p>	<p>El mantener alianzas con socios estratégicos permitira la creación de estrategias publicitarias según el criterio y experiencias de estos empresarios, logrando así una ventaja competitiva ante la competencia.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Facilidades de financiamientos de las entidades bancarias de este sector. 	<p>Es importante que la empresa continúe abasteciéndose de productos de calidad y evitar la negociación con proveedores nuevos que ofrezcan precios bajos pero productos de dudosa calidad, donde la empresa pueda caer en niveles bajos de rentabilidad, sin descontemplar la idea de que se disparen mas costos, por ello, es importante que la administración del comercial mantenga relaciones con dos o tres proveedores fijos para evitar esos escenarios que puedan afectar la estabilidad económica de la empresa.</p>	<p>El mantener una optimización en el manejo de los costos se podrá obtener un ingreso adicional para establecer una infraestructura propia acorde a las expectativas del consumidor y de los usuarios internos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Establecer negociaciones con los proveedores de la materia prima. 	<p>Es importante que la administración del comercial mantenga relaciones con dos o tres proveedores fijos para evitar esos escenarios que puedan afectar la estabilidad económica de la empresa.</p>	<p>Buscar una fuente de financiamiento, para poder inyectar efectivo a esta nueva alternativa de negocio, con el fin de lograr una aceptable participación en el mercado.</p>
AMENAZAS	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> Incremento de la competencia. 	<p>Clasificar la materia prima adecuadamente para evitar pérdida de la misma, de esta manera se optimizará los costos que tendrá la fabrica</p>	<p>El proyectar una buena imagen al mercado es una estrategia de posicionamiento, por ello, es necesario contar con una adecuada infraestructura, en la cual se distribuya adecuadamente las áreas de la microempresa.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Políticas económicas que pueden afectar la permanencia del negocio. 	<p>Ofrecer precios accesibles y mano de obra calificada en la prestación de los servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.</p>	<p>Aplicar estrategias administrativas y operativas que fortalezcan las funciones del personal, obteniendo altos niveles de rentabilidad, logrando de esta manera contrarrestar en parte altos costos originados por la inflación del país.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Presencia de sustitutos con un buen desempeño nutricional. 	<p>Proteger a los equipos computacionales a través equipos sofisticados que contrarresten los altos y bajos de la electricidad, de esta manera se podra evitar que se dañen los activos fijos de la fabrica.</p>	<p>Aplicar estrategias administrativas y operativas que fortalezcan las funciones del personal, obteniendo altos niveles de rentabilidad, logrando de esta manera contrarrestar en parte altos costos originados por la inflación del país.</p>

Cuadro 21. Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter



Para realizar el análisis externo de nuestra microempresa correspondiente a la producción, venta y distribución de Jugos Artesanales de Mango y Guayaba, se ha aplicado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter, el cual manifiesta que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo en el mercado o en el segmento que deseamos ingresar, la idea es entonces

que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia del sector a la que pertenecemos.

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
2. Rivalidad entre competidores existentes.
3. Amenaza de productos/servicio sustituto.
4. Poder de negociación de los compradores/clientes.
5. Poder de negociación de los proveedores.

El identificar de manera correcta estas fuerzas nos permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenecemos y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

Segmentación y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó un análisis del sector comercial, podemos declarar que para la segmentación y composición del mercado se han determinado cuatro factores importantes; que influyen en el comportamiento del mismo, para los cuales se establecen los siguientes puntos:

Aspectos Geográficos.- La microempresa artesanal de jugos de mango tendrá lugar en el Ecuador, en la provincia del Guayas; en el Cantón Milagro; en la Avenida Mariscal Sucre. En donde los posibles clientes serán las personas que se encuentren dentro y cerca del perímetro urbano de esta localidad.

Aspecto Social.- En la ciudad de Milagro, nuestros clientes son niños y adultos.

Aspecto Demográfico.- los clientes que consumen los productos; ya sean hombres o mujeres; niños o adultos, deberán de estar dentro de un rango determinado el cual comprende todas las edades, ya que ellos son los que adquieren estos jugos.

Aspecto Económico.- Personas de toda clase baja, media y alta con ingresos promedios de cinco Dólares en Adelante.

MARKETING MIX

Producto

La fábrica de jugos C&C ofrecerá a sus clientes productos de alta calidad, para lo cual se empleará materia prima adecuada para su elaboración con bajos niveles de azúcar, apto para el consumo de la ciudadanía en general, tanto de este sector como de lugares aledaños a este perímetro.

Por medio de la marca y el logotipo se busca atraer a los consumidores y lograr transmitir el mensaje de ser un producto que se preocupa por sus clientes. En nuestro caso jugos de mango y guayaba, por eso menciona su slogan:

EL MEJOR JUGO DE FRUTAS HECHO PARA TI

Características del producto

Los productos cuentan con una combinación de ingredientes bajos en azúcares desarrollados especialmente para el consumo de toda persona. La empresa de jugos de mango y guayaba C & C con su slogan: El mejor jugo de frutas hecho para ti.; brindara la oportunidad de ofrecerle a la sociedad una nueva forma de consumir jugos de forma artesanal, convirtiéndose en una deliciosa opción para quienes gustan de esta clase de jugos que contiene vitaminas.

La ventaja del producto es que conserva sin refrigeración pero no alterara su buen sabor además, será fácil de ubicar por el consumidor, debido a la ubicación estratégica del local.

Se brindara un producto fresco totalmente garantizado, cubriendo las condiciones exigidas por los organismos de salud.

Los productos que ofrece la fábrica C & C son los siguientes:

A continuación les presentaremos los diferentes tipos de empaques que se utilizarán para la conservación del jugo

Figura 20. Empaques de los Jugos (Mango y Guayaba) 1 litro.



Figura 21. Empaques del Jugo (Mango) 200 ml.

JUGO DE MANGO DE 200ml.

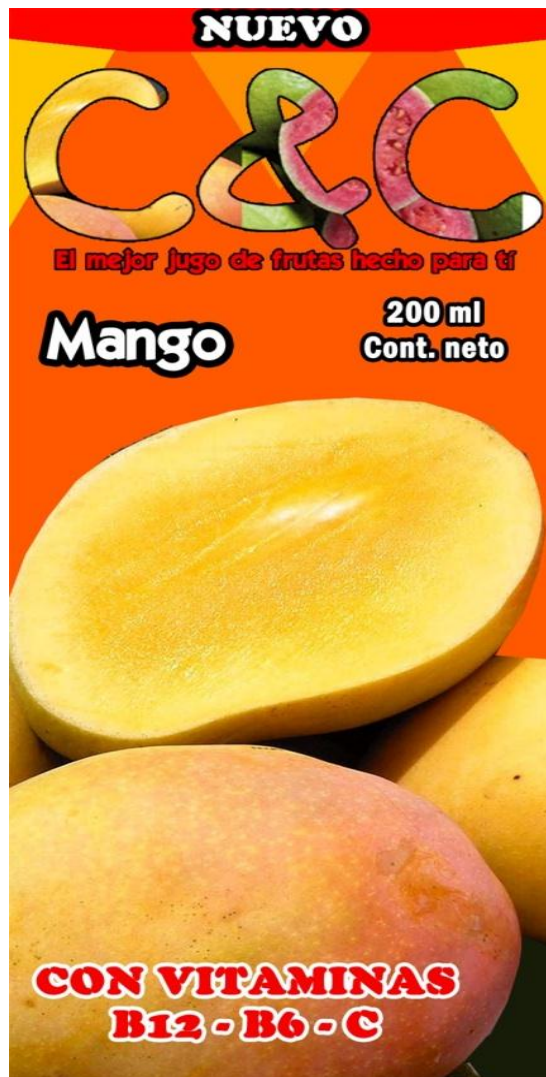


Figura 22. Parte posterior izquierda y derecha del Jugo (mango y guayaba) de 1 litro.



INGREDIENTES
Agua, concentrado de guayaba, Azúcar, ácido cítrico, pectina, sorbato de potasio, vitamina C, Vitamina B6 y Vitamina B12

Elaborado bajo norma INEN2337
MANTENER EN UN AMBIENTE FRESCO Y SECO
Fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote, revisar en el envase.

Registro Sanitario
Fabricado por: C&C S.A.
Vía Mariscal Sucre
MILAGRO - ECUADOR

Servicio al Consumidor
0989929990
jugosc&c@hotmail.com



INGREDIENTES
Agua, concentrado de mango, Azúcar, ácido cítrico, pectina, sorbato de potasio, vitamina C, Vitamina B6 y Vitamina B12

Elaborado bajo norma INEN2337
MANTENER EN UN AMBIENTE FRESCO Y SECO
Fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote, revisar en el envase.

Registro Sanitario
Fabricado por: C&C S.A.
Vía Mariscal Sucre
MILAGRO - ECUADOR

Servicio al Consumidor
0989929990
jugosc&c@hotmail.com



Figura 23. Parte posterior izquierda y derecha del Jugo de mango de 200ml.



Figura 24. Información nutricional del Jugo (mango y guayaba) de 1 litro.



INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño por porción: 200 ml
Porción por envase: 5
Cantidad por porción
Energía 419kj (100kcal)

Grasa total	0g
Colesterol	0mg
Sodio	20mg
Carbohidratos	24g
Fibra Dietaria	0g
Azúcar	24g
Proteínas	0

Vitamina A	0%	Vitamina C	25%
Vitamina B6	10%	Vitamina B12	15%
Calcio	2%	Hierro	2%



7785478956214




INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño por porción: 200 ml
Porción por envase: 5
Cantidad por porción
Energía 419kj (100kcal)

Grasa total	0g
Colesterol	0mg
Sodio	20mg
Carbohidratos	24g
Fibra Dietaria	0g
Azúcar	24g
Proteínas	0

Vitamina A	0%	Vitamina C	25%
Vitamina B6	10%	Vitamina B12	15%
Calcio	2%	Hierro	2%



7785478956214



Figura 25. Información nutricional del Jugo de mango de 200ml.



Precio

Los precios son establecidos acorde a las necesidades de los clientes y tendencias del mercado, puesto que cuenta con un alto índice de consumidores, por lo tanto; debido a las características del consumidor los productos cuentan con una alta calidad, siendo entonces los precios establecidos para la fábrica C & C son los siguientes:

Cuadro 22. Precios de jugos de la competencia

PRECIO DE LA COMPETENCIA	
DESCRIPCION	P.V.P.
Jugos Facundo 1litro	1.10
Jugos Pulp 1 litro	1.06
Jugos Real 200 ml.	0.46
Jugos Nutri 200 ml.	0.37

Fuente: Investigación de las autores

Cuadro 23. Precios de Venta de los jugos

PRECIOS				
	INGRESOS POR VENTA	PRECIO POR UNIDAD	ENERO	AÑO 1
16000	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO 200 ML (MANGO)	0.25	4,000.00	48,000.00
6000	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO DE 1000 ML (MANGO)	1.00	6,000.00	72,000.00
7500	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO 1000 ML (GUAYABA)	1.15	8,625.00	103,500.00

Fuente: Investigación de las autores

- **ESTRATEGIA DE PRECIOS.**

Los precios de venta al público se establecerán en base a resultados obtenidos en el trabajo de campo, y en relación a las tendencias del mercado. Ofreciendo a los consumidores precios bajos y excelente calidad.

Plaza

El mercado en donde se encuentra la distribución es en la Ciudad de Milagro siendo el centro de las operaciones de esta nueva propuesta, pero teniendo como consumidores potenciales tanto de este sector y otros lugares que se encuentran alrededor de esta localidad.

Distribución

Los productos serán distribuidos a través de un canal directo en cuanto a servicio se refiere, es decir fabricante – consumidor final.

La ciudad de Milagro al ser una ciudad netamente comercial permite llevar a cabo una distribución directa a sus clientes.

Comunicación

Los clientes del local y las personas que nunca asistieron al local estarán permanentemente informados sobre las novedades, actividades, promoción en el mes o en la semana, y el medio de información serán las siguientes:

Promoción / publicidad:

Plan de publicidad

- Anuncio en prensa escrita, 1 mes antes de la apertura por periódicos los Miércoles y sábados de la Ciudad de Milagro “La Verdad” y radios locales.
- Afiches y Volantes en puntos estratégicos de la ciudad.
- Nos localizan en Facebook, Pagina Web y Redes sociales publicaremos nuestras ofertas y productos.

Promociones:

Se va a realizar de varias maneras para así satisfacer las necesidades de los clientes, como puede ser.

- Por la compra de 20 Jugos artesanales mixtos se le entregara 5 unidades gratis.

- Para el consumidor final será una promoción de pague 2 jugos de litro de cualquier sabor y llevas el de 200ml gratis.
- Lleva gratis un par de lápices de colores por la compra de 7 jugos de 200ml. sabor a mango.

Con esto se quiere llegar a aumentar el volumen de venta y obtener mayores ingresos.

Concursos y Sorteos.- Contaremos con la realización de sorteos promocionales. En la parte posterior de jugo artesanal de litro vendrá un código con el cual al término de cada 8 meses se realizará un sorteo, en el que el premio constará de un viaje Decamerón Monpiche de la ciudad de Esmeraldas. Los resultados del sorteo serán publicados en la prensa y radio.

Determinación de estrategias

Motivar el deseo de compra de los clientes para que adquieran un servicio mediante:

Estrategia de Ventas:

- La fábrica aprovechará todas las oportunidades o fiestas sociales para poder mostrar los jugos de mango y guayaba de nuestras 2 presentaciones de 1000ml. y 200 ml.
- Nuestra fábrica artesanal brindará un producto con excelente calidad.
- Se realizará ofertas, que estarán ligadas a las reducciones de precios, mediante el cual se beneficiará al consumidor en la compra de nuestros productos.

Tipos de Ofertas que serán aplicadas:

- Lleva gratis un par de lápices de colores por la compra de 7 jugos de 200ml. sabor a mango.

Estrategia de Publicidad

Se utilizará un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad, como son los siguientes:

- Prensa escrita
- Radio
- Trípticos.
- Volantes.
- Redes sociales

Los volantes se distribuirán en los centros de comerciales y lugares transitados.

Los trípticos se repartirán en diferentes lugares como: comerciales de producto de consumos masivo, empresas, instituciones educativas; además, ellos contendrán información con los precios y promociones que se ofrece.

Figura 26. Volantes para consumidores.

JUGOS C&C

El mejor jugo de fruta hecho para ti

NUEVO
C&C
El mejor jugo de fruta hecho para ti
Mango
1 Litro
Cont. Neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C
\$1.00

NUEVO
C&C
El mejor jugo de fruta hecho para ti
Guayaba
1 Litro
Cont. Neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C
\$1.15

NUEVO
C&C
El mejor jugo de fruta hecho para ti
Mango
200 ml
Cont. neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C
\$0.25

CONTAMOS CON JUGOS DE CONSUMO FAMILIAR DE 1 LITRO Y DE 200ml. PARA PEQUEÑOS

CON ALTO PODER NUTRITIVO VITAMINICO B12 - B6 - C

JUGOS ARTESANAL 100% NUTRITIVO

ESTAMOS UBICADOS EN VIA MARISCAL SUCRE LA PRADERA
TELF. 0989929990
EMAIL: jugosc&c@hotmail.com
www.jugosc&c.com.ec

MILAGRO CON LOS MEJORES JUGOS ARTESANALES

Figura 27. Volantes para Supermercados y Tiendas.

NUEVO
JUGOS C&C
SABOR A MANGO Y GUAYABA
1 LITRO

NUEVO
El mejor jugo de frutas hecho para ti
Mango 1 Litro Cont. Neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C

NUEVO
El mejor jugo de frutas hecho para ti
Guayaba 1 Litro Cont. Neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C

\$1.00200ml. Sabor a mango\$1.15

NUEVO
El mejor jugo de frutas hecho para ti
Mango 200 ml Cont. neto
CON VITAMINAS B12 - B6 - C

\$0.25

JUGO ARTESANAL 100% NUTRITIVO
ENCUENTRALOS AQUÍ

Figura 28. Tríptico de la Fábrica de Jugos

UBICACION DE JUGOS C & C



NUESTRAS FORTALEZAS

- Nuestro producto cumple con las normas INEN 2337
- Personal altamente capacitado y calificado
- Damos a conocer los beneficios nutricionales.

INFORMACION DE LA FABRICA

La fabrica esta ubicada en la Provincia del Guayas, canton Milagro, en la cual se encuentra situado en la AV. Mariscal Sucre Cdl. La Pradera a pocos pasos de Disensa.

Nuestra microempresa constara de un personal altamente capacitado y comprometido con sus clientes.

JUGOS C & C



Jugo Artesanal de Mango y Guayaba
CON ALTO PODER NUTRITIVO VITAMINICO B12 - B6 - C

Contactenos:
TELF. 0989929990
jugosc&c@hotmail.com
www.jugosc&C.com.ec

MILAGRO - ECUADOR

Misión

Somos una microempresa artesanal dedicada a la elaboración, comercialización y distribución de jugo de frutas (mango y guayaba), orientadas a satisfacer las expectativas de nuestros clientes, bajo estándares de calidad que beneficien a toda la comunidad Milagreña.

Visión

Ser líder en la elaboración de jugos nutritivos artesanales a un mediano plazo, innovando la presentación de los productos, empleando las normas INEN 2337, permitiendo de esta forma permanecer y expandirse a nivel local y nacional.

JUGOS C&C TE OFRECE LAS SIGUIENTES PROMOCIONES:

- Por la compra de 20 Jugos artesanales mixtos se le entregara 5 unidades gratis.
- Para el consumidor final será una promoción de pague 2 jugos de litro de cualquier sabor y llevas el de 200ml gratis.
- Lleva gratis un par de lápices de colores por la compra de 7 jugos de 200ml. sabor a mango.
- En la parte posterior del envase de Tetrapack de 1 litro vendra un codigo que entrara a un sorteo para un viaje a Esmeraldas.

BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS

NUTRITIVO

VITAMINICO

ALTA CALIDAD

TE OFRECEREMOS LOS SIGUIENTES SERVICIOS

PRODUCTO DE CALIDAD

TRATO CORDIAL

INFORMACION ACTUALIZADA

5.7.2 Recursos, análisis financiero.

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado para el proyecto de la fábrica de Jugos (MANGO Y GUAYABA) en el Cantón Milagro; en el mismo se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura de financiamiento, se presentan las proyecciones de los ingresos, gastos, costos; con los cuales se determinará si el proyecto es o no factible económicamente. Se tomará como referencia la TMAR calculada para obtener la TIR y el VAN, haciendo uso de los flujos en cada período.

A continuación se detallan las maquinarias y equipos e inmuebles requeridos para la Empresa de Jugos C&C.

Cuadro 24. Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE
CAJA	1,811.92		
BANCO	1,521.99		
ACTIVO FIJO			
MUEBLES Y ENSERES		1,291.62	PASIVO L/P
2 Escritorios	700.50		DOCUMENTOS POR PAGAR
2 Sillas Ejecutivas	171.12		30,308.30
6 Sillas de Espera	150.00		INTERESES POR PAGAR
3 Archivadores de 2 Gavetas	270.00		3,333.91
EQUIPO DE COMPUTACION		1,225.00	
2 Computadoras	1,100.00		PATRIMONIO
1 Impresora Multifuncion	125.00		CAPITAL
VEHICULO		25,500.00	7,577.07
1 FURGON marca Chevrolet	25,500.00		
EQUIPO Y MAQUINARIA		8,798.50	
1 Evaporadora	1,874.45		
1 Aire acondicionado 12000 BTU	950.00		
1 Despulpadora	1,520.00		
2 Extractor de aire	198.00		
1 Etiquetadora	1,700.00		
1 Envasadora EQUITEK	2,200.00		
1 Refractómetro	356.05		
EQUIPO DE OFICINA		1,070.25	
1 Aire acondicionado 6000 BTU	700.25		
1 Fax	70.00		
2 Teléfono con línea telefónica	300.00		
TOTAL DE ACTIVOS	41,219.28	TOTAL PATRIMONIO PASIVO	41,219.28
		+ PATRIMONIO	

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 25. Inversión de activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
2	Escritorio	350.25	700.50
2	silla ejecutivas	85.56	171.12
6	Sillas de espera	25.00	150.00
3	Archivadores de 2 gavetas	90.00	270.00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1,291.62
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	Evaporadora	1,874.45	1,874.45
1	Aire acondicionado 12000 BTU	950.00	950.00
1	Despulpadora	1,520.00	1,520.00
2	Extractor de aire	99.00	198.00
1	Etiquetadora	1,700.00	1,700.00
1	Envasadora EQUITEK	2,200.00	2,200.00
1	Refractómetro	356.05	356.05
	TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA		8,798.50
	EQUIPOS DE OFICINA		
1	Aire acondicionado 6000 BTU	700.25	700.25
1	Fax	70.00	70.00
2	Teléfono con línea telefónica	150.00	300.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1,070.25
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	Computadora	550.00	1,100.00
1	Impresora multifunción	125.00	125.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1,225.00
	EDIFICIO		
1	LOCAL	700.00	700.00
	VEHICULO		
1	FURGON marca Chevrolet	25,500.00	25,500.00
	TOTAL DE VEHICULO		25,500.00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			37,885.37

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 26. Depreciación

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1,291.62	10%	10.76	129.16
EQUIPO DE COMPUTACION	1,225.00	33%	33.69	404.25
EQUIPO DE OFICINA	1,070.25	10%	8.92	107.03
EQUIPO Y MAQUINARIA	8,798.50	10%	73.32	879.85
VEHICULO	25,500.00	20%	425.00	5,100.00
TOTAL	37,885.37		551.69	6,620.29

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 27. Sueldos y salarios

AÑO 1 SUELDO										
BASICO		PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
500.00	1	ADMINISTRADOR	500.00	41.67	26.50	20.83	60.75		528.25	6,339.00
350.00	1	VENDEDOR	350.00	29.17	26.50	14.58	42.53		377.73	4,532.70
350.00	1	CHOFER	350.00	29.17	26.50	14.58	42.53		377.73	4,532.70
318.00	1	ASISTENTE DE LIMPIEZA	318.00	26.50	26.50	13.25	38.64		345.61	4,147.36
		TOTAL	1,518.00						1,629.31	19,551.76

AÑO 2 SUELDO									
PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC	aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL	
ADMINISTRADOR	515.00	42.92	26.67	21.46	62.57	42.90	586.37	7,036.42	
VENDEDOR	360.50	30.04	26.67	15.02	43.80	30.03	418.46	5,021.50	
CHOFER	360.50	30.04	26.67	15.02	43.80	30.03	418.46	5,021.50	
ASISTENTE DE LIMPIEZA	327.54	27.30	26.67	13.65	39.80	27.28	382.64	4,591.65	
TOTAL	1,236.00						1,805.92	21,671.06	

AÑO 3 SUELDO									
PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL	
ADMINISTRADOR	530.45	44.20	26.83	22.10	64.45	44.19	603.33	7,239.92	
VENDEDOR	371.32	30.94	26.83	15.47	45.11	30.93	430.38	5,164.54	
CHOFER	371.32	30.94	26.83	15.47	45.11	30.93	430.38	5,164.54	
ASISTENTE DE LIMPIEZA	337.37	28.11	26.83	14.06	40.99	28.10	393.48	4,721.80	
TOTAL	1,610.45						1,857.57	22,290.80	

AÑO 4 SUELDO								
PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	546.36	45.53	27.00	22.77	66.38	45.51	620.79	7,449.45
VENDEDOR	382.45	31.87	27.00	15.94	46.47	31.86	442.65	5,311.82
CHOFER	382.45	31.87	27.00	15.94	46.47	31.86	442.65	5,311.82
ASISTENTE DE LIMPIEZA	347.49	28.96	27.00	14.48	42.22	28.95	404.65	4,855.79
TOTAL	1,658.76						1,910.74	22,928.88

AÑO 5 SUELDO								
PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	562.75	46.90	27.17	23.45	68.37	46.88	638.77	7,665.22
VENDEDOR	393.93	32.83	27.17	16.41	47.86	32.81	455.29	5,463.45
CHOFER	393.93	32.83	27.17	16.41	47.86	32.81	455.29	5,463.45
ASISTENTE DE LIMPIEZA	357.91	29.83	27.17	14.91	43.49	29.81	416.15	4,993.74
TOTAL	1,708.52						1,965.49	23,585.87

AÑO 1 SUELDO									
	PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
410.00	1	JEFE DE PRODUCCIÓN	410.00	34.17	26.50	17.08	49.82	437.94	5,255.22
300.00	2	OPERARIOS	600.00	50.00	26.50	25.00	72.90	628.60	7,543.20

AÑO 2 SUELDO									
	PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	422.30	35.19	26.67	17.60	51.31	35.18	485.62	5,827.47
2	OPERARIOS	618.00	51.50	26.67	25.75	75.09	51.48	646.83	7,761.96

AÑO 3 SUELDO									
	PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	434.97	36.25	26.83	18.12	52.85	36.23	499.56	5,994.69
2	OPERARIOS	636.54	53.05	26.83	26.52	77.34	53.02	718.63	8,623.50

AÑO 4 SUELDO									
	PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	448.02	37.33	27.00	18.67	54.43	37.32	513.91	6,166.87
2	OPERARIOS	655.64	54.64	27.00	27.32	79.66	54.61	739.55	8,874.55

AÑO 5 SUELDO									
	PERSONAL	SUELDO BASICO	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM. MENSUAL	R-ANUAL
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	461.46	38.45	27.17	19.23	56.07	38.44	528.68	6,344.16
2	OPERARIOS	675.31	56.28	27.17	28.14	82.05	56.25	761.09	9,133.06

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 28. Gastos administrativos y Gastos generales

DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ADMINISTRADOR	527,25	6.327,00	7.024,06	7.227,19	7.436,34	7.651,71
1	VENDEDOR	377,03	4.524,30	5.012,84	5.155,63	5.302,64	5.454,00
1	CHOFER	377,03	4.524,30	5.012,84	5.155,63	5.302,64	5.454,00
1	ASISTENTE DE LIMPIEZA	344,98	4.139,72	4.583,78	4.713,70	4.847,45	4.985,15
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.626,28	19.515,32	21.633,54	22.252,14	22.889,07	23.544,86
GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	15,00	180,00	185,40	190,96	196,69	202,59
	ENERGIA ELECTRICA	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24
	TELEFONO	50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
	COMBUSTIBLE	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24
	GASTOS DE CONSTITUCION	300,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
	ARRIENDO	700,00	8.400,00	8.652,00	8.911,56	9.178,91	9.454,27
	HONORARIOS PROFESIONALES	450,00	450,00	463,50	477,41	491,73	506,48
	SUMINISTRO	300,00	500,00	515,00	530,45	546,36	562,75
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	10,76	129,16	129,16	129,16	129,16	129,16
	DEP. DE EQUIPO DE COMP.	33,69	404,25	404,25	404,25	-	-
	DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	8,92	107,03	107,03	107,03	107,03	107,03
	DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	73,32	879,85	879,85	879,85	879,85	879,85
	DEP. VEHICULO	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00
TOTAL GASTOS GENERALES		2.446,69	13.335,29	13.676,99	14.028,94	13.987,20	14.360,58
OTROS GASTOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MATERIALES DE LIMPIEZA	40,00	150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
	MANTENIMIENTO	35,00	75,00	77,25	79,57	81,95	84,41
TOTAL DE OTROS GASTOS		75,00	225,00	231,75	238,70	245,86	253,24
GASTO DE VENTAS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	600,00	3.504,00	3.609,12	3.717,39	3.828,92	3.943,78
TOTAL		600,00	3.504,00	3.609,12	3.717,39	3.828,92	3.943,78
TOTAL GASTOS GENERALES		4.747,97	36.579,61	39.151,40	40.237,18	40.951,05	42.102,47

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro29. Costo Directo

COSTO DIRECTO									
CANT DE MANGOS X UNIDAD	CANT. X CAJA	DETALLE	PRECIO DE COMPRA	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
8000	800	FRUTA MANGO 450mg.	1.20	960.00	11,520.00	11,865.60	12,221.57	12,588.22	12,965.86
15000	3000	FRUTA MANGO 700mg.	1.40	4,200.00	50,400.00	51,912.00	53,469.36	55,073.44	56,725.64
7500	300	FRUTA GUAYABA	3.00	900.00	10,800.00	11,124.00	11,457.72	11,801.45	12,155.50
	40100	ENVASES TETRAPACK PLASTICO DE MANGO 200 ml	0.03	1,203.00	14,436.00	14,869.08	15,315.15	15,774.61	16,247.85
	40100	ENVASES TETRAPACK PLASTICO DE MANGO 1000	0.15	6,015.00	72,180.00	74,345.40	76,575.76	78,873.03	81,239.23
	12600	ENVASETETRAPACK PLASTICO GUAYABA 1000 ml	0.15	1,890.00	1,890.00	1,946.70	2,005.10	2,065.25	2,127.21
	1	BENZOATO DE POTASIO	46.00	46.00	46.00	47.38	48.80	50.27	51.77
	3	AZUCAR	30.00	90.00	1,080.00	1,112.40	1,145.77	1,180.15	1,215.55
	1	ENERGIA ELECTRICA	100.00	100.00	1200.00	1236.00	1273.08	1311.27	1350.61
	1	AGUA	70.00	70.00	840.00	865.20	891.16	917.89	945.43
	1	JEFE DE PRODUCCIÓN (M.O.D)		437.94	5,255.22	5,827.47	5,994.69	6,166.87	6,344.16
	2	OPERARIOS (M.O.D)		628.60	7,543.20	7,761.96	8,623.50	8,874.55	9,133.06
TOTAL				13,704.54	177,190.42	169,795.10	175,510.04	180,760.02	186,167.38

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro30. Costos indirectos

COSTO INDIRECTO									
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
20	BALDES	3,00	60,00	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06	
500	SACOS	0,05	25,00	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55	
4	BOTAS	28,00	28,00	56,00	57,68	59,41	61,19	63,03	
20	GAVETAS	1,50	30,00	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53	
4	MANDILES	4,00	16,00	64,00	65,92	67,90	69,93	72,03	
8	GORROS	8,00	8,00	32,00	32,96	33,95	34,97	36,02	
12	GUANTES	15,00	15,00	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53	
TOTAL			182,00	492,00	506,76	521,96	537,62	553,75	

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro31. Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
	INGRESOS POR VENTA	PRECIO POR UNIDAD	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
16000	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO 200 ML (MANGO)	0.25	4,000.00	48,000.00	50,400.00	52,920.00	55,566.00	58,344.30
6000	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO DE 1000 ML (MANGO)	1.00	6,000.00	72,000.00	75,600.00	79,380.00	83,349.00	87,516.45
7500	PRESENTACION TETRAPACK DE JUGO 1000 ML (GUAYABA)	1.15	8,625.00	103,500.00	108,675.00	114,108.75	119,814.19	125,804.90
	TOTAL DE INGRESOS		18,625.00	223,500.00	234,675.00	246,408.75	258,729.19	271,665.65

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro32. Inversión del proyecto Activos fijos

INVERSION DEL PROYECTO ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1,291.62
EQUIPO DE COMPUTACION	1,225.00
VEHICULO	25,500.00
EQUIPO Y MAQUINARIA	8,798.50
EQUIPO DE OFICINA	1,070.25
TOTAL DE LA INVERSION	37,885.37

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 33. Financiamiento

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		37,885.37
Financiado	80%	30,308.30
Aporte Propio	20%	7,577.07
		37,885.37

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 34.Tabla de amortización mensual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				30,308.30
1	505.14	277.83	782.96	29,803.16
2	505.14	277.83	782.96	29,298.02
3	505.14	277.83	782.96	28,792.88
4	505.14	277.83	782.96	28,287.74
5	505.14	277.83	782.96	27,782.60
6	505.14	277.83	782.96	27,277.47
7	505.14	277.83	782.96	26,772.33
8	505.14	277.83	782.96	26,267.19
9	505.14	277.83	782.96	25,762.05
24	505.14	277.83	782.96	18,184.98
42	505.14	277.83	782.96	9,092.49
43	505.14	277.83	782.96	8,587.35
44	505.14	277.83	782.96	8,082.21
45	505.14	277.83	782.96	7,577.07
46	505.14	277.83	782.96	7,071.94
47	505.14	277.83	782.96	6,566.80
48	505.14	277.83	782.96	6,061.66
49	505.14	277.83	782.96	5,556.52
50	505.14	277.83	782.96	5,051.38
51	505.14	277.83	782.96	4,546.24
52	505.14	277.83	782.96	4,041.11
53	505.14	277.83	782.96	3,535.97
54	505.14	277.83	782.96	3,030.83
55	505.14	277.83	782.96	2,525.69
56	505.14	277.83	782.96	2,020.55
57	505.14	277.83	782.96	1,515.41
58	505.14	277.83	782.96	1,010.28
59	505.14	277.83	782.96	505.14
60	505.14	277.83	782.96	0.00

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 35. Tabla de amortización anual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				30,308.30
1	6,061.66	3,333.91	9,395.57	24,246.64
2	6,061.66	2,667.13	8,728.79	18,184.98
3	6,061.66	2,000.35	8,062.01	12,123.32
4	6,061.66	1,333.57	7,395.22	6,061.66
5	6,061.66	666.78	6,728.44	-
	30,308.30	10,001.74	40,310.03	

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Estado de Pérdidas y ganancias

Dentro del estado de pérdidas y ganancias observamos nuestros ingresos vs nuestros gastos operacionales para establecer nuestra utilidad o pérdida, en este caso el negocio propuesto demuestra utilidad encada uno de sus años proyectados, lo cual augura una buena participación en el mercado y a su vez una estabilidad económica.

Cuadro 36. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO									
	ENE.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	18,625.00	18,625.00	223,500.00	234,675.00	246,408.75	258,729.19	271,665.65	1,234,978.58	
(-) COSTO DE VENTAS	13,702.52	13,702.52	177,166.18	169,770.14	175,484.33	180,733.54	186,140.10	889,294.28	
UTILIDAD BRUTA	4,922.49	4,922.49	46,333.82	64,904.86	70,924.42	77,995.65	85,525.55	345,684.30	
COSTOS INDIRECTOS	4,479.97	3,560.97	37,071.61	39,658.16	40,759.14	41,488.67	42,656.22	201,633.79	
UTILIDAD OPERACIONAL	442.52	1,361.52	9,262.21	25,246.71	30,165.28	36,506.98	42,869.33	144,050.51	
(-) GASTOS FINANCIEROS	277.83	277.83	3,333.91	2,667.13	2,000.35	1,333.57	666.78	10,001.74	
UTILIDAD ANTES PART. IMP	164.69	1,083.69	5,928.30	22,579.58	28,164.94	35,173.42	42,202.55	134,048.78	
PARTICIPACION EMPLEADOS	74.10	74.10	889.24	3,386.94	4,224.74	5,276.01	6,330.38	20,107.32	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	90.59	1,009.59	5,039.05	19,192.64	23,940.19	29,897.41	35,872.16	113,941.46	
IMPUESTO RENTA	96.58	96.58	1,158.98	4,414.31	5,506.24	6,876.40	8,250.60	48,592.68	
UTILIDAD NETA	-5.99	913.01	3,880.07	14,778.33	18,433.95	23,021.00	27,621.57	85,456.09	

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Flujo de caja

En el flujo de caja se observan claramente la entradas y salidas del efectivo, este rubro demuestra la recuperación de la inversión inicial es decir en qué año recupera el dinero invertido, como se puede observar la inversión total se la recupera en el año 5 (80.925,94); la inversión inicial es de **37.885,37**.

Cuadro 37. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	223,500.00	234,675.00	246,408.75	258,729.19	271,665.65	1,234,978.58
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		223,500.00	234,675.00	246,408.75	258,729.19	271,665.65	1,234,978.58
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	37,885.37	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	19,515.32	21,633.54	22,252.14	22,889.07	23,544.86	109,834.94
GASTO DE VENTAS	-	3,504.00	3,609.12	3,717.39	3,828.92	3,943.78	18,603.21
GASTOS GENERALES	-	10,940.00	11,268.20	11,606.25	11,954.43	12,313.07	58,081.95
OTROS GASTOS		225.00	231.75	238.70	245.86	253.24	1,194.56
COSTO DE VENTA	-	177,166.18	169,770.14	175,484.33	180,733.54	186,140.10	889,294.28
COSTO INDIRECTO		942.00	970.26	999.37	1,029.35	1,060.23	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	889.24	3,386.94	4,224.74	5,276.01	6,330.38
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1,158.98	4,414.31	5,506.24	6,876.40	8,250.60
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	37,885.37	212,292.50	209,531.23	222,099.42	230,412.15	239,407.70	1,091,589.91
FLUJO OPERATIVO	-37,885.37	11,207.50	25,143.77	24,309.33	28,317.04	32,257.95	121,235.58
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	30,308.30	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	30,308.30	-					
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	6,061.66	6,061.66	6,061.66	6,061.66	6,061.66	30,308.30
PAGO DE INTERESES	-	3,333.91	2,667.13	2,000.35	1,333.57	666.78	10,001.74
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	9,395.57	8,728.79	8,062.01	7,395.22	6,728.44	40,310.03
FLUJO NETO NO OPERATIVO	30,308.30	-9,395.57	-8,728.79	-8,062.01	-7,395.22	-6,728.44	-40,310.03
FLUJO NETO	-7,577.07	1,811.92	16,414.98	16,247.32	20,921.81	25,529.51	80,925.54
FLUJO ACUMULADO	-	1,811.92	18,226.90	34,474.22	55,396.03	80,925.54	

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Balance general

Este estado financiero refleja la situación patrimonial de la Fábrica de Jugos como se puede observar el buen manejo financiero refleja el cuadro de los activos y los pasivos, cumpliéndose con el pago de las obligaciones de la empresa.

Cuadro38. Balance general

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	1,811.92	18,226.90	34,474.22	55,396.03	80,925.54
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,811.92	18,226.90	34,474.22	55,396.03	80,925.54
ACTIVOS FIJOS	37,885.37	37,885.37	37,885.37	37,885.37	37,885.37
DEPRECIAC. ACUMULADA	1,945.29	3,890.57	5,835.86	7,376.90	8,917.94
TOTAL DE ACTIVO FIJO	35,940.08	33,994.80	32,049.51	30,508.47	28,967.44
TOTAL DE ACTIVOS	37,752.01	52,221.70	66,523.73	85,904.51	109,892.98
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	24,246.64	18,184.98	12,123.32	6,061.66	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	889.24	3,386.94	4,224.74	5,276.01	6,330.38
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	1,158.98	4,414.31	5,506.24	6,876.40	8,250.60
TOTAL PASIVO	26,294.86	25,986.22	21,854.30	18,214.08	14,580.98
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	7,577.07	7,577.07	7,577.07	7,577.07	7,577.07
UTILIDAD DEL EJERCICIO	3,880.07	14,778.33	18,433.95	23,021.00	27,621.57
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	3,880.07	18,658.40	37,092.35	60,113.36
TOTAL PATRIMONIO	11,457.14	26,235.48	44,669.43	67,690.43	95,312.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	37,752.01	52,221.70	66,523.73	85,904.51	109,892.98
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Análisis de rentabilidad

Después de haber realizados los respectivos presupuestos acerca del negocio y el buscar un apalancamiento financiero el resultado del proceso contable arrojaron que el negocio propuesto es rentable, sin embargo el logro de los resultados reflejado en los EEFF dependerá del buen manejo administrativo y de la aplicación de estrategias comerciales para el logro de los objetivos propuestos.

VAN y TIR

TIR.- Devuelve la tasa interna de retorno de los flujos netos representados por los números del argumento valores. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión. En este caso (Fabrica de Jugos) la TIR es positiva 47% mientras que la tasa de mercado es del 15%; esto demuestra la rentabilidad del negocio.

VAN.-La Van de este negocio es positiva lo que vuelve a demostrar la factibilidad y rentabilidad que demuestra la empresa

Cuadro39. Índices financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
FLUJOS NETOS	-37,885.37	11,207.50	25,143.77	24,309.33	28,317.04	32,257.95

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	15%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	121,235.58
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	37,885.37
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	64.00%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		76,969.99
VAN	POSITIVO	39,084.62
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.97
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	96.93
TASA INTERNA DE RETORNO		47%

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro40. Razones de Liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	
RAZON CIRCULANTE	$\frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$
RAZON CIRCULANTE	$\frac{190,103.32}{106,819.15}$
RAZON CIRCULANTE	1.78

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 41. Rotación de activos fijos

ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	$\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS FIJOS}}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	$\frac{1,234,978.58}{37,885.37}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	32.60

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 42. Razón de endeudamiento

RAZON DE ENDEUDAMIENTO		
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{DEUDA TOTAL}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{30,308.30}{351,563.62}$	
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	0.09	1%

Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro 43. Razón rentabilidad

RAZONES DE RENTABILIDAD		
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$	
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS	$\frac{85,250.75}{1,234,978.58}$	
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	0.07	41%

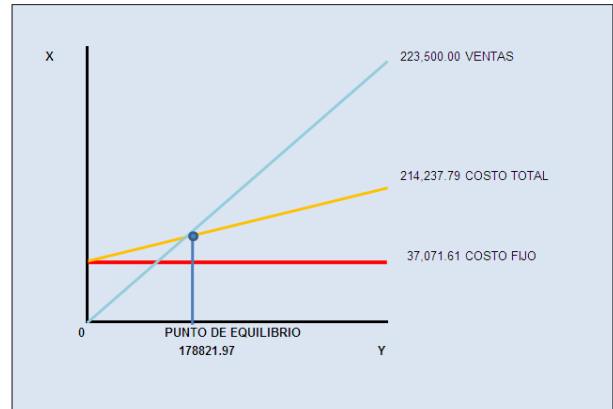
Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

Cuadro44. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS	
ventas	223,500.00
costo fijos	37,108.04
Costos variables	177,190.42

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{37108.04}{1 - 0.20720} = 179091.40$$

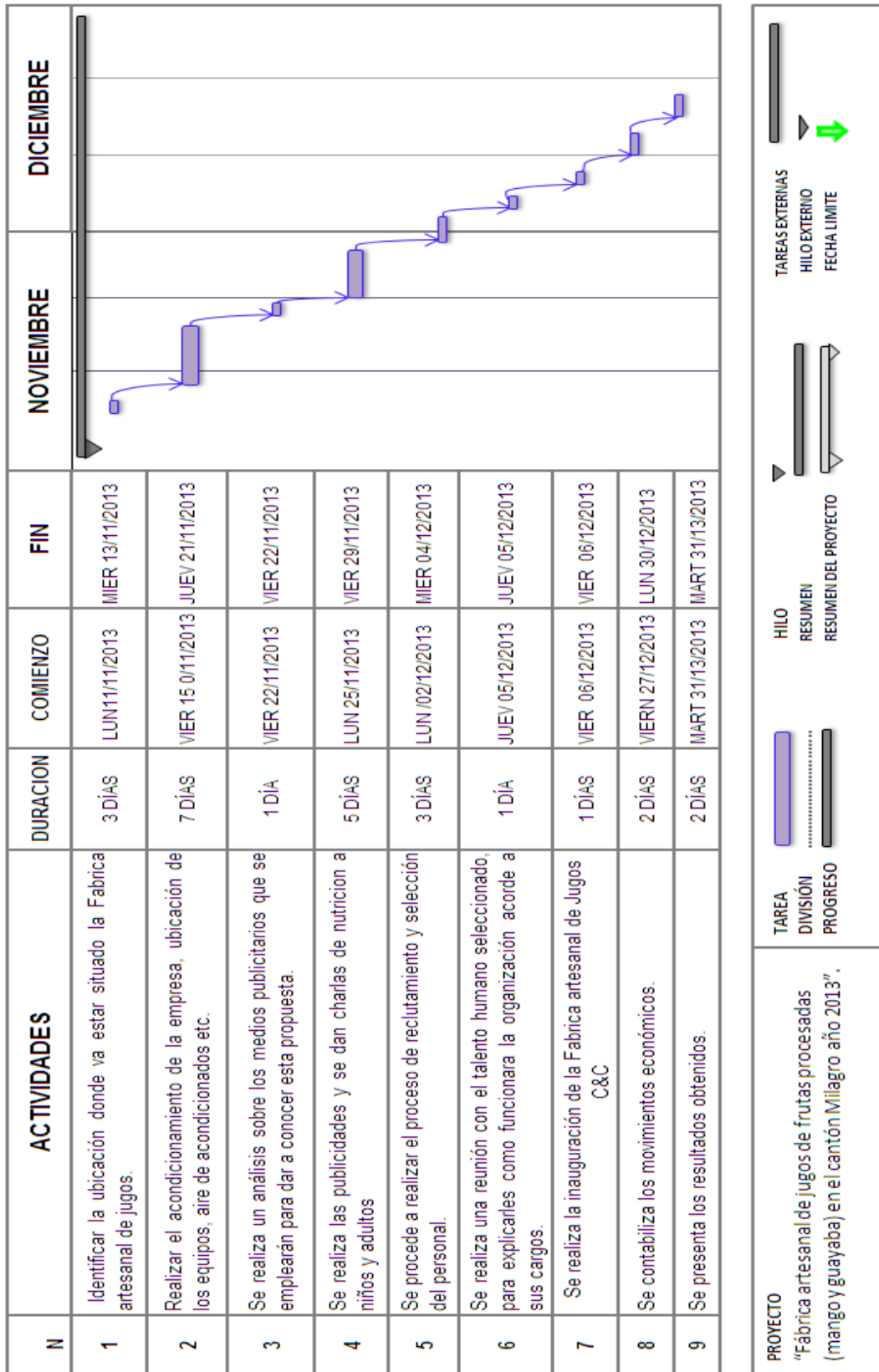


Elaborado por: Kerly Carvajal y Silvana Cedeño

5.7.3 Impacto

- Esta propuesta nos ubica en un mercado ampliamente competitivo en lo relacionado a la microempresas de los jugos Artesanales puesto que este Cantón cuenta con un alto nivel de consumidores, la propuesta se centra en brindar un producto y servicio con exclusividad, el cual pretende darle a la ciudadanía nuevas formas de consumo.
- La población milagreña y sus alrededores contarán con un producto de alta calidad, donde se empleará talento humano comprometido con el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad, reduciendo posibles enfermedades por intoxicación producto de los microorganismos y bacterias presentes.
- La evaluación financiera propuesta demuestra que esta alternativa es altamente rentable y como está proporcionando permanencia implica que nos mantendremos en el mercado con una tendencia al crecimiento contribuyendo así con la economía del Cantón, a través de la generación de empleo.
- Contribuyendo a la disminución del impacto ambiental se ha optado por la utilización de fundas biodegradables. En el aspecto interno que es el proceso productivo no genera ningún impacto ambiental ya que en el proceso se utilizarán productos orgánicos que hayan sido tratados sin ningún tipo de químicos y se utilizarán envases biodegradables para no contaminar el ambiente, por lo tanto no afectará la calidad de vida de los ciudadanos.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- El desarrollo de la propuesta estuvo dirigida por varios lineamientos, como primer paso se realizó una investigación de mercado al grupo objetivo mencionado en el capítulo tres de este proyecto, con la finalidad de verificar las hipótesis planteadas y a su vez conocer los criterios de la población referente a nuevas formas de consumo en este mercado.
- Se efectuó la recolección de los datos donde se tabuló la información, para así comprobar las hipótesis, y por ende la necesidad de un producto que supla los requerimientos de la ciudadanía.
- Una vez analizada la información del trabajo de campo se estableció la propuesta y con ella se determinó la filosofía corporativa a través de la misión visión valores, se elaboró el organigrama de la microempresa, luego se planteó un manual de funciones para talento humano; evaluación de la propuesta por medio de los respectivos análisis de Matriz FO-FA-DO-DA, las cinco fuerzas de Michael PORTER.
- Se establecieron estrategias de Marketing, planes promocionales, lo cual nos permitirán operar con mayor eficiencia y eficacia en este mercado competitivo, con el claro objetivo de posicionarse en este sector comercial del Cantón Milagro.
- Finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones con respecto a todo el trabajo efectuado con el tema investigativo y con esto la propuesta.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El desarrollo del proyecto ha permitido establecer conclusiones que aporten al posicionamiento de esta nueva alternativa empresarial en el mercado del Cantón Milagro, por lo tanto se concluye en lo siguiente:

1. El mango en su estado natural aporta a la nutrición de los pobladores ya que es fuente de vitaminas necesaria para el crecimiento y desarrollo normal y la investigación dará a conocer el 100% de la fruta.
2. El consumo del mango será sin distinción de edad ya que permitirá conocer los aportes nutricionales de la fruta que son de vital importancia para el consumo en su manera tradicional.
3. Aumentar las preferencias de consumo de los pobladores que consiste en promocionar a la fruta en su estado natural e impulsar a los pobladores a consumirlo por sus altos niveles de nutrientes.
4. En el Plan Nacional del Buen Vivir nos propone la importancia de impulsar al empresario artesanal con proyectos e investigaciones que beneficien a la salud de los pobladores con productos a base de frutas naturales.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda el consumo en su estado natural ya que ayudara a conocer la fruta por sus aportes nutricionales e incrementara el interés de los pobladores por consumirla
2. Es necesario que se realice un estudio a los pobladores sobre el conocimiento de los aportes nutricionales de la fruta, para que así lo consuman a diario y no por temporada.
3. Se recomienda que se realicen investigaciones sobre las preferencias y gustos de los pobladores acerca de la fruta en su estado natural e investigaciones sobre los niveles de consumo.
4. Conociendo el Plan del Buen Vivir que impulsa al productor artesanal con productos a base de frutas naturales deben manejarse un alto estándar de calidad ya que estos aspectos garantizaran la competitividad del producto y la aceptación de los pobladores.

Bibliografía

(MIPRO)., M. D. (2013). *BENEFICIOS DE LEY DEL ARTESANO Y REQUISITOS*. Recuperado el 08 de 08 de 2013, de [http://www.Ministerio de Industrias y Productividad \(Mipro\).com](http://www.Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).com)

BANDRY, M. G. (8 de Abril de 2011). *APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS OBTENIDOS DEL PROCESO DE DESPULPADO DEL MANGO (Mangifera indica L.), DE LAS VARIETADES SMITH, TOMMY ATKINS, HADEN Y BOCADO COMO MATERIAS PRIMAS PARA LA OBTENCIÓN DE PECTINAS*. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/2282/1/PGIQ009G30.pdf>

Bocca, M. A. (14 de Mayo de 2009). *PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO EN ALMÍBAR ENLATADO COMO UN NUEVO PRODUCTO PARA LA EMPRESA EXOFRUT S.A*. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6576/1/Tesis.pdf>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión. (21 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión*. Recuperado el 19 de junio de 2013, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION,COMERCIO E INVERSION. (21 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión*. Recuperado el 08 de AGOSTO de 2013, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>

ECUADOR, C. D. (2012). *NORMATIVA DEL ARTESANO Y REQUISITOS*. Recuperado el 24 de 07 de 2013

EL PRODUCTOR. (23 de Septiembre de 2012). *El mango ecuatoriano busca conquistar a Japón con su sabor*. Recuperado el 26 de Octubre de 2012, de El mango ecuatoriano busca conquistar a Japón con su sabor: <http://elproductor.com/2012/09/23/el-mango-ecuadoriano-busca-conquistar-a-japon-con-su-sabor/>

EL UNIVERSO. (2008). *La guayaba, fruta poco conocida en Ecuador, inicia su auge en los mercados internacionales*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2003/07/19/0001/71/DAA2EF3082BD44D58BC3E801A02D4121.html>

ENFEMERINO. (14 de Marzo de 2011). *ORIEGEN Y CARACTERISTICAS DLE MANGO*. Recuperado el 19 de Junio de 2013, de <http://www.enfemenino.com/mag/cocina/d2159/x13741.html>

ENFEMERINO. (14 de Marzo de 2011). *ORIGEN Y CARACTERISTICAS DEL MANGO*. Recuperado el 19 de Junio de 2013, de <http://www.enfemenino.com/mag/cocina/d2159/x13741.html>

FUNDACION MANGO ECUADOR. (12 de Febrero de 2011). *PROPIEDADES DLE MANGO*. Recuperado el 12 de Junio de 2013, de <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

FUNDACION MANGO ECUADOR. (12 de Febrero de 2011). *PROPIEDADES Y CLASES DEL MANGO* . Recuperado el 12 de Junio de 2013, de <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

G.A.D. MUNICIPAL DE MILAGRO. (2013). *HABITANTES DE LA CIUDADELA LA PRADRERA*. MILAGRO: DEPARTAMENTO DE SISTEMAS.

GARCIA, Y. (15 de Abril de 2010). *BENEFICIOS DEL MANGO*. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://www.lindisima.com/ayurveda/mango.htm>

GARCIA, Y. (15 de Abril de 2010). *BENEFICIOS DLE MANGO*. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://www.lindisima.com/ayurveda/mango.htm>

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS. (9 de Septiembre de 2011). *TÉCNICAS DE CULTIVO*. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://www.senasa.gob.pe/RepositorioAPS/0/3/JER/-1/GUIA%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS%20AGRICOLAS.pdf>

INSTITUCIÓN ISAGARPA. (26 de Diciembre de 2007). *PLAN RECTOR SISTEMA NACIONAL DE MANGO*. Recuperado el 25 de Junio de 2013, de http://siic.ucol.mx/Archivos_prov%5Cprn_mango.pdf

ISAGARPA. (26 de Diciembre de 2007). *PLAN RECTOR SISTEMA NACIONAL DE MANGO*. Recuperado el 25 de Junio de 2013, de http://siic.ucol.mx/Archivos_prov%5Cprn_mango.pdf

MAGAP. (21 de noviembre de 2008). *Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>

NICHESE, 2011. (2011). *ORIGEN DE LA GUAYABA, VARIEDADES DE LA GUAYABA*. Recuperado el 27 de AGOSTO de 2013, de <http://www.nichese.com>

PORTAL PLANETA. (2011). *FERTILIZANTES Y AGROQUIMICOS*. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://www.portalplanetasedna.com.ar/inventos5.htm>

Reglamento de Registro y Control Sanitario. (14 de junio de 2001). *REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO*. Recuperado el 19 de junio de 2013, de <http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm>

REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO. (14 de junio de 2001). *REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO*. Recuperado el 10 de AGOSTO de 2013, de <http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm>

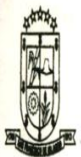

SOLAGRO. (7 de Septiembre de 2012). *Mangifera indica*. Recuperado el 13 de Octubre de 2012, de Mangifera indica:
<http://www.solagro.com.ec/cultdet.php?vcultivo=Mango>

SRI. (2012). *Normativa del artesano en el ecuador*. Recuperado el 15 de AGOSTO de 2013, de <http://www.sri.gob.ec>

A N N E X O S

ANEXO 1

DOCUMENTOS PARA PERMISO Y PATENTE MUNICIPAL







 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro
 Departamento Financiero Sección Rentas

Partida No.: 6.2.3.01.13 Valor \$ 1.00
 Recibi del Sr.: DEYSI VARINA NÚÑEZ VERA
 La cantidad de: UN DÓLAR

Por concepto de: REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLÓGICO AÑO 2004, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION

N° 0471987 Milagro 6 de septiembre del 2004




 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro
 Departamento Financiero Sección Rentas

Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1.00
 Recibi del Sr.: DEYSI VARINA NÚÑEZ VERA
 La cantidad de: UN DÓLAR CIENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 307 PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

N° 0471986 Milagro 6 de septiembre del 2004







MUNICIPIO DE MILAGRO

PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____
 Propiedad de _____ Cédula No.: _____
 Situado en la calle _____

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.: _____

VALOR US\$ 2.00

1. MUNICIPALIDAD MILAGRO
 DIRECCION FINANCIERA

 FIRMA AUTORIZADA
 Director Financiero

N° 0005612

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 200 _____

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro

Número de la Declaración _____

01 **IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Cédula Identidad			
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo M () F ()	09 estado Civil		
10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.	13 Provincia	14 Cantón		
15 Teléfono	16 Casilla	17 Actividades Económicas	16 Título Profesional			

01 **IMPUESTOS A LOS CAPITALES**

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03 5 ABR 2004	04
Ajeno	05	06	07	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16


Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verdicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro, _____

ANEXO 2

PERMISO DE DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

 N° 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

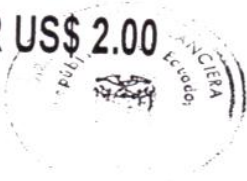
Clasificado como de _____ Categoría

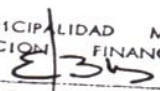
De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__





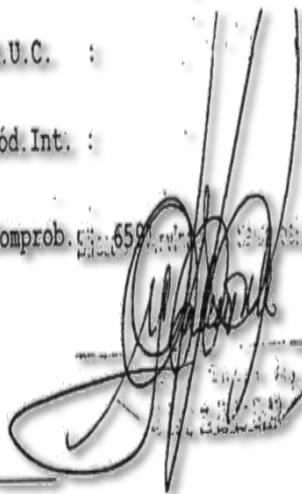
VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA

FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

ANEXO 3


PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP

	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS DPTO. EMISION DE PERMISOS	
Guayaquil, a 30 de Marzo	de 2004	PERMISO : 6591
La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 R0#178 del 5 Oct/2000, concede		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO POR EL AÑO 2004		
Nombre o Razón Social :		
Tipo :	—	
Propietario :		Código... :
Dirección :		Categoría:
Parroquia :		Cantón :
Localidad :		R.U.C. :
No. Cedula:		Cód. Int. :
Tasa :	Dolares 	Comprob. N.º: 6591
Area # :		
 Director Provincial de Salud del Guayas		
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS		
Nota...: Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control		

ANEXO 4

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RUC. 0968513910001

 **DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS**
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No.:	TASA :	1
FECHA:	TITULO :	1
AÑO :	RECARGO :	1
RUC :	TOTAL :	1

NOMBRES: _____
DIRECCION: _____
ACTIVIDAD: _____

CATEGORIA: PRIMERA

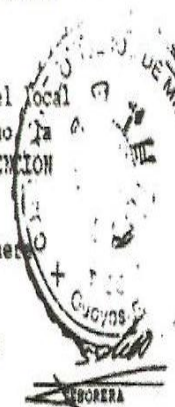
Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina
JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

19/03/2004 02:10:37 PM


SECRETARÍA



ANEXO 5
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN CDLA. LA PRADERA
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

OBJETIVO: Identificar las causas que conlleva a la falta de consumo de mango en el Cantón Milagro, mediante una investigación que sirva como aporte al mejoramiento nutricional de los habitantes

1.- ¿Cómo consume usted el mango?

mango con sal	
Mango sin sal	
jugos	
néctar	

2.- ¿Usted consume el mango indique la frecuencia de consumo?

Diaria	
Semanal	
Por temporada	
Rara vez	

3.- ¿Usted conoce los beneficios nutricionales que proporciona el mango?

Si	
No	

4.- ¿Le gustaría conocer los aportes nutricionales del mango a través de:

Noticias	
radio	
Charlas de Nutrición	
Publicidad	

5.- ¿Considera usted que el consumo del mango mejorara la alimentación diaria?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Poco de acuerdo	
En desacuerdo	

6.- ¿Considera usted que la difusión sobre los productos procesados a base de mango ayudara al crecimiento empresarial del Cantón?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Poco de acuerdo	
En desacuerdo	

7.- ¿Estaría dispuesto Usted a reemplazar un producto de marca conocida por un producto diferente sabiendo que este nuevo producto es más nutritivo:

Si	
No	

8.- ¿Qué tipo de jugo le gustaría con:

Guayaba	
Mango	
maracuyá	
Néctar de mango	

9.- ¿En cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un jugo a base de Mango?

0,75	
1,00	
1,25	
1,50	

10.- ¿Cómo le gustaría la presentación del producto procesado a base de mango?

Tetrapack	
Vidrio	
Plástico	
Funda	

COOPERACIÓN: Le agradecemos muy encarecidamente por la contestación de cada una de las preguntas de manera precisa y sincera, ya que las respuesta de las preguntas son de gran importancia para el presente proyecto por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

ANEXO 6 FORMATO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

OBJETIVO: Determinar la factibilidad de la creación de un producto derivado de la fruta mango y guayaba en el cantón Milagro.

COOPERACIÓN: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionara, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

ENTREVISTA A UN INGENIERO AGROINDUSTRIAL-TECNÓLOGO EN ALIMENTOS

NOMBRE: _____

TITULO: _____


CARGO QUE OCUPA: _____

LUGAR DE TRABAJO: _____

EMPRESA: _____

- 1) ¿Qué factores debo tomar en cuenta para la construcción de una fábrica artesanal de jugos (mango y guayaba)?
- 2) ¿Qué tipo de metodología se debe utilizar para el procesamiento de mis jugos?
- 3) ¿Qué puntos críticos se debe controlar para este tipo de productos?
- 4) ¿A qué organismo se puede solicitar capacitación para nuestra fabrica artes

ANEXO 7
FORMULARIO UNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO PARA
PRODUCTOS ALIMENTICIOS NACIONALES

 <p style="text-align: center;">REPUBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE SALUD PUBLICA INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL "LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ"</p>		
<p>FORMULARIO UNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS NACIONALES</p>		
<p>No.de Trámite: _____</p>		
<p>CIUDAD Y FECHA: _____</p>		
<p>DATOS DEL FABRICANTE: Persona natural <input type="checkbox"/> Persona jurídica <input type="checkbox"/> Nombre o Razón social: _____ Dirección.- Provincia: _____ Ciudad: _____ Parroquia: _____ Sector: _____ Calle (s): _____ Número: _____ Teléfono (s): _____ Fax: _____ Otros (E.mail, Correo electrónico, etc) _____</p>		
<p>DATOS DEL SOLICITANTE: Persona Natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica <input type="checkbox"/> Nombre o razón social: _____ Dirección.- Provincia: _____ Ciudad: _____ Parroquia: _____ Sector: _____ Calle (s): _____ Número _____ Teléfono (s): _____ Fax: _____ Otros (E-mail, Correo electrónico, etc) _____</p>		
<p>DESCRIPCION DEL PRODUCTO Nombre y Marca(s) Comercial(es): _____ Fórmula cuali-cuantitativa: (Porcentual y en orden decreciente) _____ _____ _____</p>		
<p>Número de lote: _____ Fecha de elaboración: _____ Fecha de vencimiento: _____ Tiempo máximo de consumo: _____ Formas de presentación: Envase interno: _____ Envase externo: _____ Contenido (en Unidades del Sistema Internacional): _____ Condiciones de conservación: _____</p>		
<p>Adjunto los siguientes requisitos establecidos por la Legislación Sanitaria Ecuatoriana vigente:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>1) Certificado de Constitución, existencia y Representación legal de la empresa fabricante (Original o Copia Notarizada) <input type="checkbox"/></p> <p>2) Cédula de Identidad <input type="checkbox"/></p> <p>3) Certificado de Control de Calidad emitido por un Laboratorio Acreditado Original (duración 6 meses) <input type="checkbox"/></p> <p>4) Informe técnico del Proceso de Elaboración con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>5) Interpretación del Código de Lote con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>6) Especificaciones del material de envase emitido por el proveedor y con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>7) Ficha de Estabilidad del producto emitido por un Laboratorio Acreditado <input type="checkbox"/></p> <p>8) Proyecto de rótulo o etiqueta del producto <input type="checkbox"/></p> <p>9) Copia notarizada del Permiso Sanitario de Funcionamiento de la Planta procesadora (fabricante) del producto y si el caso lo requiere del Solicitante <input type="checkbox"/></p> <p>10) Factura a nombre del INHMT "LIP" <input type="checkbox"/></p> <p>NOTA: Para productos: nueces, pasas, ciruelas pasas, aceitunas, almendras, concentrado de mostos y otros que presenten solicitud de Registro Sanitario, se recuerda que deben adjuntar Certificado Fitosanitario otorgado por el fabricante hacia el importador del producto a granel, con fecha, lugar de origen, análisis y cantidad.</p> </td> </tr> </table> <p style="text-align: right;">Número: _____ Fecha: _____</p>	<p>1) Certificado de Constitución, existencia y Representación legal de la empresa fabricante (Original o Copia Notarizada) <input type="checkbox"/></p> <p>2) Cédula de Identidad <input type="checkbox"/></p> <p>3) Certificado de Control de Calidad emitido por un Laboratorio Acreditado Original (duración 6 meses) <input type="checkbox"/></p> <p>4) Informe técnico del Proceso de Elaboración con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>5) Interpretación del Código de Lote con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>6) Especificaciones del material de envase emitido por el proveedor y con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p>	<p>7) Ficha de Estabilidad del producto emitido por un Laboratorio Acreditado <input type="checkbox"/></p> <p>8) Proyecto de rótulo o etiqueta del producto <input type="checkbox"/></p> <p>9) Copia notarizada del Permiso Sanitario de Funcionamiento de la Planta procesadora (fabricante) del producto y si el caso lo requiere del Solicitante <input type="checkbox"/></p> <p>10) Factura a nombre del INHMT "LIP" <input type="checkbox"/></p> <p>NOTA: Para productos: nueces, pasas, ciruelas pasas, aceitunas, almendras, concentrado de mostos y otros que presenten solicitud de Registro Sanitario, se recuerda que deben adjuntar Certificado Fitosanitario otorgado por el fabricante hacia el importador del producto a granel, con fecha, lugar de origen, análisis y cantidad.</p>
<p>1) Certificado de Constitución, existencia y Representación legal de la empresa fabricante (Original o Copia Notarizada) <input type="checkbox"/></p> <p>2) Cédula de Identidad <input type="checkbox"/></p> <p>3) Certificado de Control de Calidad emitido por un Laboratorio Acreditado Original (duración 6 meses) <input type="checkbox"/></p> <p>4) Informe técnico del Proceso de Elaboración con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>5) Interpretación del Código de Lote con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p> <p>6) Especificaciones del material de envase emitido por el proveedor y con firma del Técnico Responsable <input type="checkbox"/></p>	<p>7) Ficha de Estabilidad del producto emitido por un Laboratorio Acreditado <input type="checkbox"/></p> <p>8) Proyecto de rótulo o etiqueta del producto <input type="checkbox"/></p> <p>9) Copia notarizada del Permiso Sanitario de Funcionamiento de la Planta procesadora (fabricante) del producto y si el caso lo requiere del Solicitante <input type="checkbox"/></p> <p>10) Factura a nombre del INHMT "LIP" <input type="checkbox"/></p> <p>NOTA: Para productos: nueces, pasas, ciruelas pasas, aceitunas, almendras, concentrado de mostos y otros que presenten solicitud de Registro Sanitario, se recuerda que deben adjuntar Certificado Fitosanitario otorgado por el fabricante hacia el importador del producto a granel, con fecha, lugar de origen, análisis y cantidad.</p>	

ANEXO 8
PERMISOS PARA REALIZAR LAS ENCUESTAS A LAS MADRES DE FAMILIA
DE LAS ESCUELAS HUMBERTO CENTENARO Y PAULINO MILAN

Milagro, 25 Junio del 2013

Lcda.

Inés Valdiviezo

Directora de la Escuela "PAULINO MILAN HERRERA"

Presente

Por medio de la presente permito comunicar que acepto la propuesta solicitada por las estudiantes Egresadas de la Carrera Ingeniería Comercial la Srta. Kerly Carvajal Hernández y la Srta. Silvana Cedeño Moran, en revisión de las funciones y responsabilidades para el plan de tesis propuesto.

Atentamente,



Inés Valdiviezo de la Cruz

Lcda. Inés Valdiviezo

Directora de la Escuela "PAULINO MILAN HERRERA"

Milagro, 25 Junio del 2013

Lcda.

Blanca Cobos Cobos

Directora de la Escuela "HUMBERTO CENTENARO GANDO"

Presente

Por medio de la presente permito comunicar que acepto la propuesta solicitada por las estudiantes Egresadas de la Carrera Ingeniería Comercial la Srta. Kerly Carvajal Hernández y la Srta. Silvana Cedeño Moran, en revisión de las funciones y responsabilidades para el plan de tesis propuesto.

Atentamente,



Lcda. Blanca Cobos Cobos

Directora de la Escuela "HUMBERTO CENTENARO GANDO"

ANEXO 8

Encuesta realizada a la madre de familia de la Escuela Humberto Centenario Gando



Encuesta realizada a la madre de familia de la Escuela Paulino Milan Herrera



ANEXO 9

Equipos y maquinarias que se utilizaran en la Fabrica de Jugos C&C.

DESPULPADORA PARA FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS



CAPACIDAD: 500 KILOS HORA

ELABORADA EN: ACERO INOX.304

MOTOR: 2hp. (110/220 V)

TAMICES: PARA TODO TIPO DE FRUTA

APLICACIONES: DESPULPADORA

1ra. Descarga: Pura Pulpa

2da. Descarga: Pepa y cáscara

DIMENSIONES: h. 120x60x60cms.

PESO NETO: 50 KILOS

GARANTIA: 2 AÑOS

VALOR: \$1,500.20

MARMITA (EVAPORADORA)



CARACTERISTICAS TÉCNICAS

CAPACIDAD: 50 GALONES

ELABORADA EN: ACERO INOX.304

MOTOR: SIEMENS 0,9 h.p.TRIFÁSICO

REDUCTOR: IMPORTADO DE SELLE HERMÉTICO EXCLUSIVO

CAMARA: DOBLE PARA VAPOR ó ACEITE

AGITADOR: A 30 r.p.m. CON RASPADORAS
DE RESINA DE ALTA RESISTENCIA

EVACUACIÓN: VOLCABLE CON MANIJA

CALENTAMIENTO: VAPOR ó A GAS
(INCLUYE CALEFACTOR

DIMENSIONES: h. 130 x 90 x 110 cts.

PESO NETO: 85 kgs.

VALOR: \$1,874.45

REFRÁCTOMETRO



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

ELABORADA POR: ATAGO

MODELO: CONVENCIONAL ATAGO N-4E

ESCALA DE MEDICIÓN: BRUX 45.0 A 82.0 %

RESOLUCIÓN: BRUX 0.2%

REPITICIÓN: $\pm 0.1\%$

TAMAÑO Y PESO: 3.3x3.3x 16.8cm, 120g

VALOR: \$356.05

ENVASADORA



CARACTERISTICAS TÉCNICAS

ELABORADA POR: EQUITEK

MODELO: Serie DVS

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN: 10 a 30 envases por minuto

EQUIPO: semiautomático sencillo y versátil.

VOLUMÉTRICO: CV-1000 con un desplazamiento desde 150 hasta 1100ml.

VALOR: \$2,200.00

ETIQUETADORA



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

ELABORADA POR: EQUITEK

MODELO: SERIE ES-2

VELOCIDAD: 160 etiquetas por minuto

ACCESORIOS:

- Separador de envases
- Alineador de envases
- Banda de rolado
- Rolador de envases
- Banda superior
- Codificador

VALOR: \$1,700.00

ANEXO 10
INFORMACION SOBRE LOS EMPAQUES TETRAPACK DE PLASTICO
NUTRILECHE (LACTEOS SAN ANTONIO)

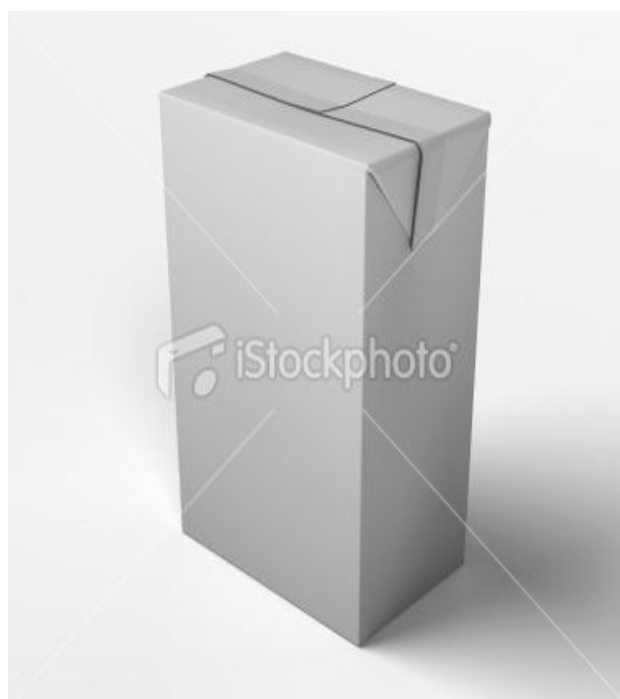
INFORMACION

Carlos Tosi y Cornelio Vintimilla , Cuenca - Ecuador

Phone: (593)7 2862-127 * 2862-053

Fax: (593)7 2807-471

1 LITRO



200ml.



VITALECHE(PASTEURIZADORA QUITO)

Dirección:

Pedro Pinto 610 y Av. Napo

Quito-Ecuador

Sudamérica

Teléfono:

593-2-2651880

Fax: 593-2-2614992


Servicio al consumidor:



CLASES DE TETRAPACK DE 1 LITRO Y 200ml.



INSCRIPCIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	FORMULARIO PARA REGISTRO DE DIRECCIÓN DOMICILIARIA
RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:	
EXPEDIENTE:	RUC:
NACIONALIDAD:	
NOMBRE COMERCIAL:	
DOMICILIO LEGAL	
PROVINCIA:	CANTÓN:
CIUDAD:	
DOMICILIO POSTAL	
PROVINCIA:	CANTÓN:
CIUDAD:	
PARROQUIA:	BARRIO:
CIUDADELA:	
CALLE:	NÚMERO:
INTERSECCIÓN/MANZANA:	
CONJUNTO:	BLOQUE:
KM.:	
CAMINO:	EDIFICIO/CENTRO COMERCIAL:
OFICINA No.:	
CASILLERO POSTAL:	TELÉFONO 1:
TELÉFONO 2:	
SITIO WEB:	CORREO ELECTRÓNICO 1:
CORREO ELECTRÓNICO 2:	
CELULAR:	FAX:
REFERENCIA UBICACIÓN:	
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL:	
NÚMERO DE CÉDULA DE CIUDADANÍA:	
<p>Declaro bajo juramento la veracidad de la información proporcionada en este formulario y Autorizo a la Superintendencia de Compañías a efectuar las averiguaciones pertinentes para comprobar la autenticidad de esta información y; acepto que en caso de que el contenido presente no corresponda a la verdad, esta Institución aplique las sanciones de ley.</p>	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL	
<p>Nota: el presente formulario no se aceptará con enmendaduras o tachones.</p>	
VA-01.2.1.4-F1	

REGISTRO DE USUARIOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR

Para registrarse como usuario, se debe seguir los siguientes pasos:

1.1. Ingresar a la página web de la Superintendencia de Compañías.

www.supercias.gob.ec

1.2. Seleccionar la opción REGISTRARSE que se encuentra en el recuadro de USUARIOS EN LÍNEA.



1.3. Ingresar los datos solicitados por el sistema. Los campos marcados con asterisco son obligatorios.

The image shows a registration form for the Superintendencia de Compañías. It is divided into two main sections: '1. INFORMACIÓN PERSONAL:' and '2. DIRECCION:'. Section 1 includes fields for 'TIPO DE IDENTIFICACION' (dropdown), 'SEGUNDO APELLIDO', 'TERCER NOMBRE', 'CODIGO A USAR', 'No. CEDULA DE IDENTIDAD / PASAPORTE', 'PRIMER NOMBRE', 'NACIONALIDAD' (dropdown), 'PRIMER APELLIDO', 'SEGUNDO NOMBRE', and 'E-MAIL'. Section 2 includes fields for 'PROVINCIA' (dropdown), 'CANTON' (dropdown), 'CIUDAD' (dropdown), 'BARRIO O SECTOR', 'INTERSECCION', 'SITIO WEB', 'TELEFONO FIJO (2)', 'CALLE', 'EDIFICIO', 'CASILLA POSTAL', 'TELEFONO CELULAR', 'NUMERO', 'PISO / DEPARTAMENTO', 'TELEFONO FIJO (incluye el código de área)', and 'FAX'. There are 'Registrar' and 'Limpiar' buttons at the bottom.

1.4. Finalizado el ingreso de datos, utilizar el botón REGISTRAR para enviar la información.

INGRESAR INFORMACIÓN AL SISTEMA

Para ingresar al sistema y digitar la información financiera de la compañía, se debe seguir los siguientes pasos:

3.1. Ingresar a la página web de la Superintendencia de Compañías.
www.supercias.gob.ec

3.2. Seleccionar la opción INGRESAR que se encuentra en el recuadro de USUARIOS EN LÍNEA.

3.3. Ingresar usuario y contraseña definida y pulsar el botón INGRESAR.

Superintendencia de Compañías

Ingresar al Sistema

Usuario:

Contraseña:

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

ESTE SITIO HA SIDO ESTRUCTURADO PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS EN LÍNEA QUE PRESTA LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS A TRAVÉS DE SU PORTAL WEB. SI DESEA VISITAR EL SITIO WEB DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS www.supercias.gob.ec DE CLIC AQUÍ

Este sitio está asegurado por:

Matriz: Guayaquil, Calle Pichincha 418 y Aguirre (esquina). Quito: Calle Roca 660 y Amazonas Superintendencia de Compañías del Ecuador

3.4. Si todos los datos ingresados son correctos se presenta la siguiente pantalla de bienvenida.

3.5. En la pantalla de bienvenida seleccionar la opción Su compañía on line que se encuentra en el parte superior derecha.

3.6. Seleccionar la compañía a la que corresponde la información financiera y pulsar doble clic.

RUC	NOMBRE
32473029001	ALLTECH APLICACIONES ECUATORIANAS ALLAPLEC S. A.

Superintendencia de Compañías del Ecuador
Dirección: Calle Roca 660 y Amazonas
Teléfonos: (593) (2) 2-553505 / 2-553879 / 2-529960
Quito - Ecuador

3.7. En la sección de ESTADOS FINANCIEROS, se presentan las opciones para el envío de la información, seleccionar la opción **INGRESAR BALANCE ORIGINAL DEL AÑO XXXX**.

ESTADOS FINANCIEROS

- [INGRESAR BALANCE ORIGINAL DEL AÑO 2010](#) 
- [INGRESAR BALANCE RECTIFICATORIO \(sólo para NEC\)](#) 
- [IMPRIMIR FORMULARIOS PARA ENTREGA FÍSICA O ENVÍO CON FIRMA ELECTRÓNICA](#) 
- [REASIGNAR FECHA DE COMPROBANTE DE INGRESO](#) 
- [CORREGIR PERSONAL, RNAE, CONTADOR O FECHA DE LA JUNTA DE BALANCES NO ENTREGADOS](#) 

3.8. Actualizar la información de la compañía: dirección postal, teléfonos, correo electrónico, número de empleados que labora, fecha en la que la Junta General de Socios o Accionistas aprobó el balance, número de Auditor Externo RNAE (si la compañía estuviere obligada a presentar el informe de auditoría), identificación y nombre completo del Contador que firma el balance. Para visualizar la descripción del código CIIUv4 que corresponde a la actividad económica previamente declarada puede consultar la opción Visualice la descripción de su CIIUv4.

INFORMACIÓN NECESARIA DE LA COMPAÑÍA: DIRECCIÓN, ACTIVIDAD ECONÓMICA, PERSONAL OCUPADO, JUNTA DE SOCIOS/ACCIONISTAS Y DATOS DEL CONTADOR

PROVINCIA (*): CANTÓN (*): CIUDAD (*):

CALLE (*): NÚMERO: INTERSECCIÓN:

FISO: EDIFICIO: BARRIO:

TELÉFONO: FAX: CORREO ELECTRÓNICO (*):

CIU v. 4 (ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL) (*): [Visualice la descripción de su CIU v.4](#) No. DE FORMULARIO:

No. DIRECTIVOS: No. ADMINISTRATIVOS: No. PRODUCCIÓN: No. OTROS:

FECHA DE LA JUNTA (dd/mm/yyyy) (*): RNAE (No. DE AUDITOR EXTERNO):

CÉDULA/RUC DEL CONTADOR(*): APELLIDOS Y NOMBRES DEL CONTADOR(*): FORMA DE ENVÍO A LA SUPERINTENDENCIA (*):

El sistema de acuerdo a la información de la compañía automáticamente definirá el formato para el ingreso de la información financiera bajo NEC o bajo NIIF. Los instructivos NEC Y NIIF pueden ser encontrados en la página principal Institucional en la opción Requisitos o a su vez luego de haber ingresado con su usuario y clave, en la sección DOCUMENTOS DE AYUDA AL USUARIO.

DOCUMENTOS DE AYUDA AL USUARIO

- [MANUAL DE USUARIO DEL SISTEMA](#)
- [DESCARGAR INSTRUCTIVO NEC](#)
- [DESCARGAR INSTRUCTIVO NIIF](#)
- [FORMULARIO DE ESTADOS FINANCIEROS BAJO NEC](#)
- [FORMULARIO DE ESTADOS FINANCIEROS BAJO NIIF](#)
- [CONCILIACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BAJO NIIF](#)
- [CONSOLIDADOS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BAJO NIIF](#)
- [FORMULARIOS DE ACTUALIZACIÓN Y NÓMINAS](#)

3.9. Seleccionar la forma de envío de los documentos. El sistema permite seleccionar entre dos opciones: “físico” o “mediante firma electrónica”.

3.10. En la sección FORMULARIO PARA EL INGRESO DE INFORMACIÓN, Ingresar los códigos de las cuentas y el valor correspondiente de las mismas. El sistema mostrará la descripción de la cuenta automáticamente. Cuando la compañía debe presentar sus estados financieros con formato NEC aparece un solo formulario de ingreso, pero cuando es NIIF tenemos 4 formularios de ingreso. Los estados financieros a presentar en NIIF son: Estado de Situación Financiera, Estado de

Resultado Integral, Estado de Flujos de Efectivo y Estado de Cambios en el Patrimonio.

3.11. Si desea utilizar la opción IMPORTAR, se debe tener un archivo tipo texto que en su estructura considere los campos cuenta tab valor enter:

3.11.1. Presionar el botón Examinar.

3.11.2. Seleccionar el archivo tipo texto.

3.11.3. Presionar el botón IMPORTAR.

Para que esta opción funcione correctamente es necesario que en el navegador de internet se encuentren habilitadas las opciones que permita la utilización del Active X.

3.12. Presionar el botón VALIDAR INFORMACIÓN Y CALCULAR TOTALES.

3.13. Verificar que los totales cuadren.

3.14. Presionar el botón GRABAR INFORMACIÓN habilitado por el sistema.

Una vez grabada la información se almacena en una base temporal en la Institución. En caso de no presentar la información físicamente en los puntos de recepción a nivel nacional hasta la fecha máxima de presentación indicada en el Comprobante

de Ingreso, la misma se eliminará de la base de datos temporal y deberá empezar el proceso de ingreso de información financiera nuevamente.

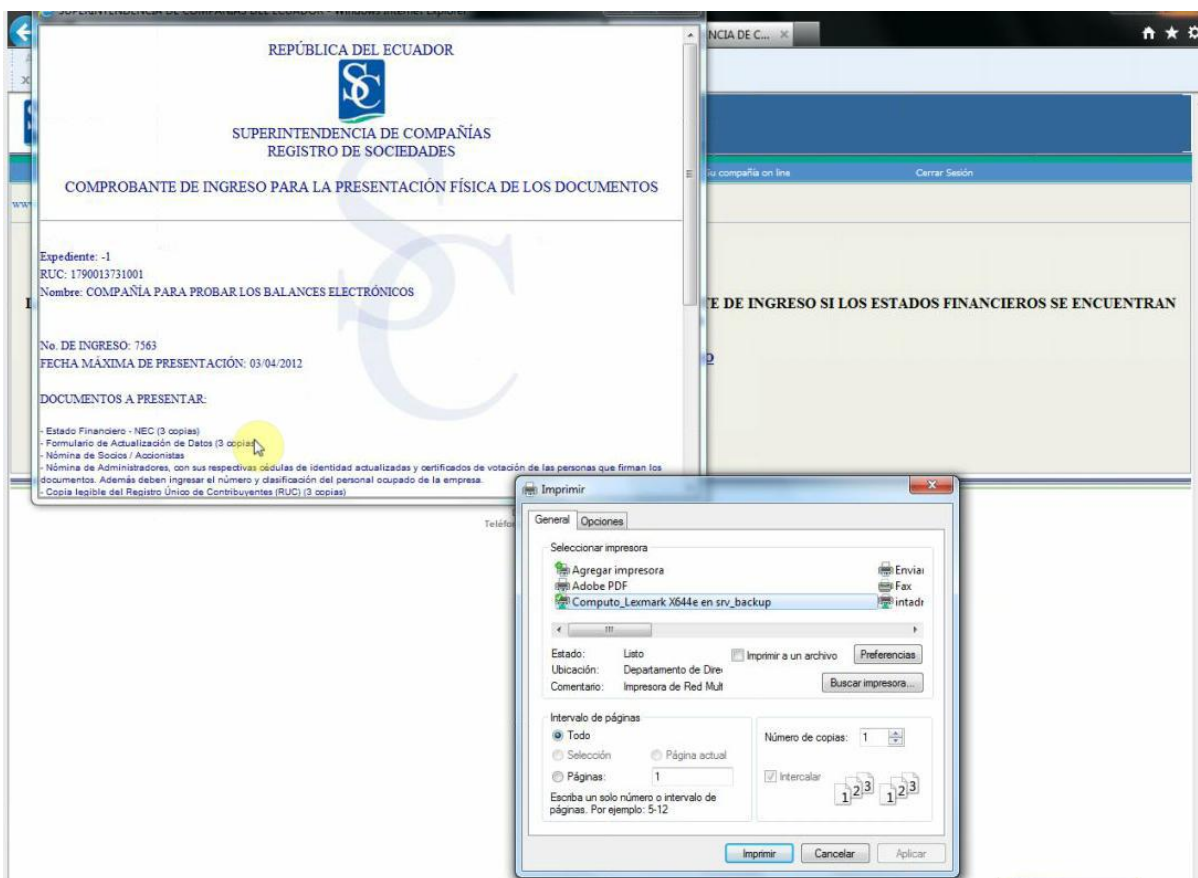
Cuando hemos registrado los estados financieros y se han grabado correctamente, se procederá con la impresión del “Comprobante de ingreso” y de los estados financieros para poder presentar la información física en la Superintendencia de Compañías.

Estos documentos impresos más las firmas del Representante Legal y Contador se presentarán en las oficinas de la Superintendencia de Compañías para contar con la legalidad correspondiente.

Tomar en cuenta la advertencia y declaración al final de cada formulario que se presenta adjunto al estado financiero:

El sistema lo llevará a la página para imprimir el comprobante de ingreso.

3.15. Presionar el botón IMPRIMIR COMPROBANTE DE INGRESO.



3.16. Presionar el botón Imprimir.

3.17. Dar clic en el link OPCIONES DE LA COMPAÑÍA para imprimir los formularios para entrega física:

3.17.1. Seleccionar la opción IMPRIMIR FORMULARIOS PARA ENTREGA FÍSICA O ENVÍO CON FIRMA ELECTRÓNICA.

3.17.2. Seleccionar la opción que desea imprimir, sea ésta COMPROBANTE DE INGRESO O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.

En el comprobante de ingreso le aparecerá el número de ingreso, la fecha máxima de presentación y un detalle de los documentos a presentar.

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

IMPRESIÓN DE COMPROBANTES DE INGRESO Y FORMULARIOS PARA LA PRESENTACIÓN FÍSICA DE LOS DOCUMENTOS

Expediente: 124217
RUC: 0992473029001
Nombre: ALLTECH APLICACIONES ECUATORIANAS ALLAPLEC S. A.

LISTADO DE INGRESOS CON SUS RESPECTIVOS FORMULARIOS					
NÚMERO DE INGRESO	FECHA MÁXIMA DE PRESENTACIÓN	AÑO	TIPO DE BALANCE	FORMA DE ENVÍO	DOCUMENTOS A IMPRIMIR O ENVIAR
3386	22/02/2012	2010	ORIGINAL	FÍSICO	COMPROBANTE DE INGRESO ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA BAJO NEG
3387	05/04/2012	2011	ORIGINAL	FÍSICO	COMPROBANTE DE INGRESO ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA BAJO NEG

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
desarrollo de este trabajo está enfocado a la elaboración y	OK
técnica utilizada fue la encuesta, la cual fue aplicada a	OK
establecido la filosofía corporativa la que consiste en la misión,	OK
concerniente a la promoción publicitaria que se realizará a esta	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
mango es una fruta que mantiene un alto consumo en	OK
desconoce los aportes nutricionales del mango en su estado natural,	OK
percepción del mango hace que solo se lo consuma de	OK
importante la publicidad para destacar el potencial de las frutas	OK
podido evidenciar que las personas desconocen los productos proce...	OK
Milagro es un sector donde se produce una variedad	OK
propósito de evitar el pronóstico establecido se hace necesario que	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) Ja...	OK
provincia del Guayas produce un 95% de los mangos exportables	OK
mango constituye uno de los pilares fundamentales del sector agro	OK
consumidor ecuatoriano y sobre todo el americano escogen el producto	OK
Ecuador la forma de consumo de mango es principalmente como	OK
manejo del cultivo, ha permitido desarrollar un amplio conocimiento y	OK
Según los datos del III Censo Nacional Agropecuario (AÑO 2012),	OK
hectáreas, las que se encuentran distribuidas en 180 propietarios y	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Aplicaremos la siguiente fórmula para obtener la muestra a cerca	OK
probabilística: Es aquella en las que el investigador escoge a	OK
diseño del presente proyecto de investigación es realizado de forma	OK
Cuantitativa: Porque se refiere al uso de elementos usuales de	OK
población a estudiar es finita, ya que conocemos con certeza	OK
Cualitativa: Porque es una técnica de investigación generalmente utili...	OK
frecuentemente considerada un precursor de la investigación cuantitat...	OK
técnica de investigación es utilizada en el diseño de encuestas,	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)