



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
ECONOMISTA**

TÍTULO DE PROYECTO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FÁBRICA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JUGOS DE LA PIÑA QUE AYUDE A
RESCATAR EL CULTIVO DE ESTA FRUTA EN LA ZONA DE MILAGRO”**

**AUTORES: MABEL DEL PILAR ALARCÓN FERRUZOLA.
PAMELA ALEJANDRA SÁNCHEZ IBARRA.**

TUTOR: ECO. EVELIN ARTEAGA ARCENTALES

MILAGRO, ABRIL DEL 2012

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de 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 título **“Estudio de factibilidad para la implementación de una fábrica dedicada a la elaboración de jugos de la piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro”**. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Economista.

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

Presentado por los egresados:

Mabel del Pilar Alarcón Ferruzola.

C.I. 092731085-4

Pamela Alejandra Sánchez Ibarra.

C.I. 092715020-1

TUTOR:

Eco. Evelin Arteaga.

Milagro, abril del 2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Erg. Mabel del Pilar Alarcón Ferruzola y Pamela Alejandra Sánchez Ibarra, entregamos el proyecto **“Estudio de factibilidad para la implementación de una fábrica dedicada a la elaboración de jugos de la piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro”**. Ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 18 abril del 2012.

Mabel del Pilar Alarcón Ferruzola
C.I. 092731085-4

Pamela Alejandra Sánchez Ibarra
C.I.092715020-1

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, hermanos y amigos más cercanos por brindarme siempre confianza y apoyo durante toda mi carrera universitaria los llevo en el corazón gracias a todos.

Mabel del Pilar Alarcón Ferruzola.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Vicenta Amparo Ibarra Ruíz, a mi hijo David Alejandro Navarro Sánchez, de manera especial a mi padre Segundo Roberto Sánchez Navarrete, que aunque ya no esté con nosotros quedo muy satisfecha de haber cumplido con mi promesa, y a toda mi familia por su apoyo y comprensión.

Pamela Alejandra Sánchez Ibarra.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la salud y la vida.

A nuestros padres por darnos la vida y el apoyo constante para seguir adelante en nuestra carrera.

A nuestros y hermanos y compañeros más allegados quienes han estado a nuestro lado brindando apoyo en la realización de esta tesis y a lo largo de nuestras vidas.

A la Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, por darnos la oportunidad de formarnos como excelentes profesionales.

A nuestra tutora Eco. Evelin Arteaga Arcentales por su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacitación para guiar nuestras ideas, ha sido de gran aporte en la realización de nuestra tesis.

Las Autoras

SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master.

Jaime Orozco.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

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 Estudio de factibilidad para la implementación de una fábrica dedicada a la elaboración de jugos de la piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Administrativas y Comerciales.

Milagro, 18 de abril del 2012

Nombre

Firma de los Egresado (a)

CI. 092731085-4

C.I. 092715020-1

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

Carátula.....	i
Certificación de aceptación de tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de derechos del autor a la UNEMI.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Cuadros.....	xi
Índices de Gráficos.....	xii
Índice de Figuras.....	xv
Índice de Tablas.....	xvi
Índice de Diagramas.....	xvi
Resumen.....	xvii
Abstract.....	xviii

B. TEXTO:

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO I.-

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	4

1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5

CAPÍTULO II.-

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO	6
2.1.1 Antecedentes histórico.....	6
2.1.2 Antecedente referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación.....	19
2.2 MARCO LEGAL	30
2.3 MARCO CONCEPTUAL	37
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES	39
2.4.1 Hipótesis General.....	39
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	39
2.4.3 Declaración de las variables.....	40
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	41

CAPÍTULO III.- MARCO METODOLOGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación y sus perspectiva general.....	43
3.2 Población y muestra	45
3.2.1 Característica de la población.....	45
3.2.2 Delimitación de la población.....	45
3.2.3 Tipo de la muestra.....	45
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	45
3.2.5 Proceso de selección.....	46
3.3. LOS METODOS Y LAS TECNICAS	46
3.4 PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN	47

CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	48
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA.....	69

4.3.RESULTADOS.....	73
4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS.....	75

CAPITULO V.- PROPUESTA

5.1 TEMA.....	76
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	84
5.3 FUNDAMENTACIÓN.....	77
5.4 OBJETIVOS.....	82
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	82
5.4.2 Objetivo Específicos de la propuesta.....	82
5.5 UBICACIÓN.....	82
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	89
5.7 DESCRIPCIÓN DE LAPROUESTA.....	123
5.7.1 Actividades.....	123
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	128
5.7.3 Impacto.....	134
5.7.4 Cronograma.....	134
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	135
CONCLUSIONES.....	137
RECOMENDACIONES.....	138

C. MATERIALES DE REFERENCIA

1. Bibliografía y Lincografía.....	139
2. Anexos.....	142
Anexo 1: Formato de Encuesta dirigida a los consumidores.....	143
Anexo 2: Formato de Encuesta dirigida a los agricultores.....	144
Anexo 3: Inversión Activos Fijos.....	145
Anexo 4: Depreciación de los Activos Fijos.....	145
Anexo 5: Detalle de Gastos.....	146
Anexo 6: Varios Gastos Para Oficina.....	147
Anexo 7: Varios Gastos Para Oficina.....	147
Anexo 8: Flujo de Caja Proyectado.....	148

Anexo 9: Costo ABC.....	149
Anexo 10: Documento para permisos y Patente Municipal.....	150
Anexo 11: Permiso de Dirección de Higiene Municipal.....	152
Anexo 12: Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.....	153

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	
Valor Nutricional del Jugo de Piña.....	23
Cuadro N° 2	
Operacionalización de las variables.....	41
Cuadro N° 3	
La Piña Como Fruta Apetecible.....	49
Cuadro N° 4	
La Piña Representante de la Cultura y Simbología de Milagro.....	50
Cuadro N° 5	
A Usted le Gusta Consumir Piña.....	51
Cuadro N° 6	
Frecuencia con que Usted Consume Piña.....	52
Cuadro N° 7	
Conoce las Propiedades y Beneficios de la Piña.....	53
Cuadro N° 8	
Estaría de Acuerdo con la Existencia de una Empresa Procesadora de Piña.....	54
Cuadro N° 9	
Con que Frecuencia Consumiría este Jugo.....	55
Cuadro N°10	
Consumo del Jugo de Piña.....	56
Cuadro N° 11	
Tamaño del Producto.....	57
Cuadro N° 12	
Implementación de la Fábrica.....	58

Cuadro N° 13	
La Piña como Fruta Apetecible.....	59
Cuadro N° 14	
La Piña es un Fruto Representativo.....	60
Cuadro N° 15	
La Producción de Piña.....	61
Cuadro N° 16	
La Piña como Cultivo de Forma Masiva.....	62
Cuadro N° 17	
El Principal Problema Para Cultivar Piña.....	63
Cuadro N° 18	
Retomaría o Incrementaría el Cultivo de Piña.....	64
Cuadro N° 19	
Es Beneficiosa la Existencia de Empresas.....	65
Cuadro N° 20	
Mejoramiento del Cultivo.....	66
Cuadro N° 21	
Le Gustaría tener un Cupo en la Empresa.....	67
Cuadro N° 22	
Generación de Empleos.....	68
Cuadro N° 23	
Verificación de Hipótesis.....	75
Cuadro N° 24	
Matriz de Estrategias del FODA.....	116
Cuadro N° 25	
Manejo de la Materia Prima Necesaria para un Año de Producción.....	126
Cuadro N° 26	
Personal de la Fabrica Procesadora de Piña.....	128
Cuadro N° 27	
Inversión del Proyecto.....	128
Cuadro N° 28	
Financiación del Proyecto.....	129

Cuadro N° 29	
Tasa.....	129
Cuadro N° 30	
Préstamo Bancario.....	129
Cuadro N° 31	
Balance General.....	131
Cuadro N° 32	
Flujo de Caja Proyectado.....	130
Cuadro N° 33	
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	132
Cuadro N° 34	
Ratios Financieros.....	133

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	
La Piña como Fruta Apetecible.....	49
Gráfico N° 2	
La Piña Representante de la Cultura y Simbología de Milagro.....	50
Gráfico N° 3	
A Usted le Gusta Consumir Piña.....	51
Gráfico N° 4	
Frecuencia con que Usted Consume Piña.....	52
Gráfico N° 5	
Conoce las Propiedades y Beneficios de la Piña.....	53
Gráfico N° 6	
Estaría de Acuerdo con la Existencia de una Empresa Procesadora de Piña.....	54
Gráfico N° 7	
Con que Frecuencia Consumiría este Jugo.....	55
Gráfico N° 8	
Consumo del Jugo de Piña.....	56
Gráfico N° 9	
Tamaño del Producto.....	57

Gráfico N° 10	
Implementación de la Fábrica.....	58
Gráfico N° 11	
La Piña como Fruta Apetecible.....	59
Gráfico N° 12	
La Piña es un Fruto Representativo.....	60
Gráfico N° 13	
La Producción de Piña.....	61
Gráfico N° 14	
La Piña como Cultivo de Forma Masiva.....	62
Gráfico N° 15	
El Principal Problema Para Cultivar Piña.....	63
Gráfico N°16	
Retomaría o Incrementaría el Cultivo de Piña.....	64
Gráfico N° 17	
Es Beneficiosa la Existencia de Empresas.....	65
Gráfico N° 18	
Mejoramiento del Cultivo.....	66
Gráfico N° 19	
Le Gustaría tener un Cupo en la Empresa.....	67
Gráfico N° 20	
Generación de Empleos.....	68
Gráfico N° 21	
Ubicación.....	83
Gráfico N° 22	
Ubicación de la Planta.....	84
Gráfico N° 23	
Distribución de la Planta.....	88
Gráfico N° 24	
Organigrama.....	102
Gráfico N° 25	
Fuerzas de Porter.....	117

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	
La Piña.....	6
Figura N° 2	
Cayena Lisa.....	7
Figura N° 3	
Agri Pineapple.....	10
Figura N° 4	
Ubicación de la Empresa.....	14
Figura N° 5	
Proceso de Envasado.....	17
Figura N° 6	
Piña.....	18
Figura N° 7	
Especialización de nuestra FFVV.....	18
Figura N° 8	
Logo de la Empresa.....	111
Figura N° 9	
Logotipo del Envase del Producto.....	112
Figura N° 10	
Formato del Envase del Producto.....	120
Figura N° 11	
Modelo de Volante y Afiche.....	121
Figura N° 12	
Página Oficial en Facebook.....	122
Figura N° 13	
Página Oficial en Twitter.....	122

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1

Interacción entre la construcción de las Edificaciones y los Componentes Ambientales.....94

Tabla N° 2

Interacción de la Operación de la Fábrica y los Componentes Ambientales.....97

Tabla N° 3

Interacción de la Transportación de la Materia Prima y los Componentes Ambientales.....98

Tabla N° 4

Interacción de Transporte de Productos Terminados y los Componentes Ambientales.....99

Tabla N° 5

Interacción entre la Disposición de Residuos y los Componentes Ambientales....100

INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama N° 1

Flujo de Procesos.....27

Diagrama N° 2

Diagrama de Gantt.....135

RESUMEN

La ausencia de una empresa que se dedique a extraer los derivados de la piña tal es el caso del jugo de esta fruta en la ciudad de Milagro fue el factor primordial a tener en consideración motivo por el cual surgió la idea de la implementación de una fábrica destinada a realizar dicha actividad que compense las exigencias del consumidor en cuanto a sabor y calidad, consiguiendo a su vez incentivar a los agricultores a seguir cultivando la fruta que es ícono representativo de la ciudad garantizando nuevas plazas de empleo a la comunidad milagreña. Hemos realizado un profundo estudio de mercado en el perímetro local, demostrando a través de los resultados obtenidos que el proyecto es aceptable, las cinco fuerzas de Porter, y el análisis Foda en el cuál se ha identificado a nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en donde la aplicación de técnicas, y estrategias nos demostró que la demanda para la creación de la fábrica podrá generar excelentes ingresos monetarios. Obtenidos una vez todos los datos que son importantes para el estudio realizamos la proyección de ingresos tanto mensuales como anuales, posteriormente se hizo la realización de los estados financieros en los cuales se reflejaron los movimientos de efectivo y la utilidad durante el período contable al que están sujetos. Para cumplir las proyecciones se necesitará la aplicación de estrategias comerciales, las cuales se han dejado determinadas para ponerlas en práctica y que se logre la fidelidad de los clientes, esto nos garantiza el éxito empresarial y así nos consolidaremos en este mercado. Explicando de forma breve haremos todo lo posible para resaltar la innovación del producto, sin que afecte la salud y el medio ambiente esperando dejar bien en claro que la creación de éste fábrica en el cantón de Milagro, va a tener una acogida favorable, destacándonos ante nuestros competidores y manteniendo una buena participación en el mercado laboral.

ABSTRACT

The absence of a company that is dedicated to extract derived from pineapple that is the case of the juice of this fruit in the city of Milagro was the primary factor to take into consideration why the idea of implementing a factory intended to perform the activity to offset consumer demands in taste and quality, resulting in turn encourage farmers to continue cultivating the fruit that is representative icon of the city guaranteeing new places of employment to the community milagreña. We conducted a thorough market research in the local scope, demonstrating through the results that the project is acceptable, Porter's five forces and SWOT analysis in which one has identified our strengths, weaknesses, opportunities and threats where the application of techniques and strategies we showed that demand for the creation of the factory will generate excellent cash income. Obtained once all the data that are important to the study performed the screening of both monthly and annual revenue, subsequently became the realization of the financial statements which reflected the cash flows and value during the accounting period to which they are subject. To meet the projections will require the implementation of business strategies, which have made certain to put them into practice and to achieve customer loyalty, this will ensure business success and thus consolidate us in this market. Briefly explaining will do our best to highlight the innovation of the product without affecting the health and the environment hoping to make it clear that the establishment of this factory in the canton of Milagro will have a favorable response, standing out against our competitors and maintaining good labor market participation.

INTRODUCCIÓN

Milagro es una ciudad agrícola en donde se siembra una gran variedad de frutas tropicales en donde el cultivo de la piña se ha considerado como simbología y cultura ancestral del Cantón. Uno de los aspectos más importantes a destacar en el momento de crear una empresa, es el de solucionar un problema existente, en la ciudad no ha existido hasta la actualidad una empresa dedicada a la explotación del jugo de esta fruta, es por ello que si existiera una fábrica que elabore jugos de piña los agricultores cultivarían y estarían dispuestos a incrementar sus cultivos “muy probablemente” en un 46% y “probablemente” en un 32% de manera segura porque sabrían que su producción va a ser comprada por la misma ya que el 54% contestó que si le gustaría tener un cupo para ser proveedor de la empresa porque saben que los precios de compra serán más justos.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la factibilidad tanto económica como financiera, y el impacto que tendrá al realizarse la implementación de una fábrica que procese el jugo de la piña en la ciudad de Milagro sin afectar la salud del consumidor y del medio ambiente. Para el cumplimiento de esto se ha efectuado un análisis de la situación del mercado de jugos en donde hemos examinado que el mercado de esta fruta no ha sido explotada en su totalidad, se tiene en consideración también los requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la fábrica y de la misma manera se plantea una posible forma de financiamiento dadas las condiciones del mercado actual.

La implementación de una fábrica que procese jugos de la piña no solo elevara el nivel socio económico de la ciudad sino también del país generando nuevas plazas de empleo y que mejor manera que innovando con una fruta que es ícono representativo de la comunidad milagreña. Se dará a conocer más la ciudad de Milagro y va a fortalecer el desarrollo económico de los agricultores.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Milagro es reconocida a nivel nacional como la tierra de Las Piñas, por la abundante producción de esta fruta que cosechaban los moradores de esta localidad. Pero la producción de la misma ha disminuido en los últimos años, debido a los intermediarios, a la cantidad de dinero a invertir, el tiempo que se demora en producir el cultivo y la ausencia de una empresa que se dedique a producir derivados de la fruta.

Los intermediarios se aprovechan en algunos casos de los productores que no cuentan con medios de transporte para llevar su cosecha al mercado mayorista es aquí donde intervienen ellos y les ofrecen cuantías muy bajas por sus frutos. Por este motivo los agricultores abandonan esta actividad de sembrar piña porque al momento de cosechar la fruta no obtienen las ganancias esperadas.

Los cultivadores desisten en la siembra de la piña es debido a la cantidad de dinero que se tiene que invertir en la preparación de suelo, fertilizantes, semillas certificadas, etc. para la obtención de los frutos causando que muchos de ellos empleen aquel capital en una nueva variedad de cultivo como son los viveros lo cual ocasiona que Milagro pierda su identidad como la tierra de las piñas.

El tiempo en que se demora la cosecha de esta fruta es otro indicador por el cual el cultivo de la piña ha decaído últimamente, donde los agricultores prefieren hacer diversos tipos de sembríos como son el pimiento, rábano, tomate, cacao, banano, etc... Lo cual produciría escasez de la piña Milagreña y esto a su vez provoca un incremento del precio de la fruta en la localidad.

La ausencia de una empresa que se dedique a extraer los derivados de la fruta en la zona es otro factor a tener en consideración debido a que si no existe una fábrica destinada a realizar dicha actividad que compense las exigencias del consumidor en cuanto a sabor y calidad también esto no incentiva a los agricultores a seguir cultivando la fruta y a su vez ocasiona falta de fuentes de empleo.

Pronóstico.- Si no se rescata el cultivo de la piña, mediante la introducción de una fábrica procesadora de los derivados de la fruta, Milagro perdería su identidad como ciudad de las piñas, la cual se ha conservado por años y la tradición de esta siembra ha venido de generación en generación, trayendo consigo una cultura de personas trabajadoras, y en muestra a este orgullo tenemos monumentos representativos que nos recuerdan día a día que somos milagreños.

Si se deja de producir esta fruta, se perderá esta práctica que viene desde nuestros abuelos, ha conservado una identidad como tierra agrícola y productora de piña y todos estos monumentos quedarán como un simple recuerdo de que alguna vez Milagro poseyó esta fruta en abundancia y pasará de ser icono característico de nuestra ciudad a ser un simple recuerdo.

Control del Pronóstico.- Con miras a resolver el problema pronosticado hemos determinado que sería factible realizar un estudio del porque los agricultores han dejado de insistir en el cultivo de la piña y si sería posible el rescate de la misma.

Mediante un estudio de factibilidad que pretenda determinar que tan atractiva y rentable es la puesta en marcha de una empresa dedicada al procesamiento y la comercialización de la fruta, contribuyendo a la generación de nuevas fuentes de trabajo y al desarrollo comercial e industrial de la zona de Milagro.

1.1.2 Delimitación del Problema.

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Sector: Zona Urbana y Rural

1.1.3 Formulación del Problema.

¿De qué manera afecta a los productores de piña la escasa presencia de empresas que se dediquen a la obtención de los derivados de la fruta?

1.1.4 Sistematización del Problema.

1. ¿Cuál es la razón por la que los agricultores desisten de cultivar la Piña?
2. ¿Qué provoca la disminución del cultivo de la piña?
3. ¿Qué generaría que los agricultores lograren vender toda su producción con menos esfuerzos?
4. ¿Por qué la ausencia de empresas que se dediquen a la extracción de jugo de frutas?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la implementación de una fábrica dedicada a la elaboración de jugos de la piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Identificar si los agricultores que están sembrando actualmente piña estarían dispuestos a vender su producción a una fábrica dedicada a la extracción de derivados de la misma, mediante un diagnóstico situacional en la zona de Milagro para establecer la pre factibilidad de rescatar el cultivo de la Piña.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 🍌 Seleccionar mediante una muestra a los agricultores del cantón para determinar quienes están cultivando actualmente la piña.
- 🍌 Distinguir los motivos por los cuales ha disminuido el cultivo de la piña que puede interferir en la producción.

- 🍌 Identificar qué porcentaje de la población ha dejado de cultivar piña.
- 🍌 Realizar encuestas que permitan determinar la oferta de materias primas existentes y su disponibilidad a lo largo del tiempo.
- 🍌 Elaborar un estudio de mercado sobre la aceptación del producto en el medio.
- 🍌 Identificar los canales de distribución disponibles para la comercialización del producto terminado.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION

Mediante la técnica de la observación se ha podido apreciar que en la zona de Milagro está disminuyendo la producción del cultivo de la piña.

El problema detectado anteriormente viene como consecuencia de el tiempo que se demora en producir el cultivo, que es de aproximadamente veinticuatro meses, también la cantidad de dinero a invertir en la siembra es muy elevada ya que por cada planta solo se obtiene un fruto, lo cual origina que las personas opten por cultivar otros sembríos como los viveros, si se sigue implementando esta nueva variedad de cultivo, la consecuencia será que Milagro pierda su identidad como ciudad de Las Piñas.

Nuestra ciudad tiene un clima propicio para el cultivo de frutas, verduras, etc., y que mejor manera de aprovecharlo que sembrando piña, si los agricultores tienen demandantes de su producto en abundancia, querrán seguir cultivando cada vez mas piñas.

En la ciudad de Milagro no ha existido hasta la actualidad una empresa dedicada a la explotación de esta fruta, antes cultivada en abundancia es por ello que si existiera una fábrica que elabore derivados de piña los agricultores cultivarán la misma de manera segura, porque sabrían que toda su producción va ha ser comprada por esta empresa y no tendrán que aventurar con su producto una vez cosechado y a la vez los precios de compra serán justos en comparación con los precios de los intermediarios y centros de acopio.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Figura 1. La piña



La piña es una fruta tropical originaria de Sudamérica, específicamente en la región de Matto Grosso fue allí donde los conquistadores españoles y portugueses la descubrieron.

La piña pertenece a la familia de las bromelias y su nombre científico es **Ananas comosus** vocablo guaraní que significa fruta exquisita y que fue dado por los nativos portugueses. Los conquistadores la denominaron como la reina de las frutas

probablemente en alusión a su corona de hojas.

Rápidamente dejó de ser fruta exótica y se convirtió en un manjar de los más apetecidos en tiempos de calor, Los españoles comenzaron a llamarla piña por su similitud con las piñas, frutos de las coníferas, y su carne similar a la de las manzanas, conquistando los paladares tanto europeos como asiáticos y africanos, que entre los siglos XVIII y XIX la producción de la fruta se encontraba totalmente desarrollada a lo largo del continente y en el resto del mundo.

En la actualidad, la producción mundial de piña fresca se encuentra diversificada entre Asia del Este, América Latina, Asia del Sur y África Subsahariana lo que permite un buen abastecimiento de la fruta a nivel mundial.

“Se estima que en la actualidad en Ecuador existen aproximadamente 4,532 hectáreas sembradas de piñas con calidad de exportación”.¹

¹Fuente: 111 Censo Nacional Agropecuario, 2002

El Ecuador exporta fruta fresca y subproductos de la piña como jugo, mermeladas, concentrados y confituras. En su mayoría las piñas frescas son exportadas a Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Italia, Chile y España.

En la Costa (en el Guayas la gran mayoría) la producción de piña corresponde a un 72%, en la Sierra (especialmente en Pichincha y Loja) corresponde a un 26%, y en el Oriente (exclusivamente en la zona de Zamora Chinchipe) un 2%.

Solo en la provincia del Guayas podemos apreciar que existen varias ciudades dedicadas al cultivo de piña como lo son Milagro, Naranjito, Roberto Astudillo y Bucay. En épocas antiguas Naranjito y Bucay pertenecían a la jurisdicción de Milagro, pero debido a cambios geopolíticos que sufrió Ecuador y en especial la Provincia del Guayas, forman parte ya de otras jurisdicciones. Milagro se ha constituido como el segundo centro industrial de la Provincia del Guayas.

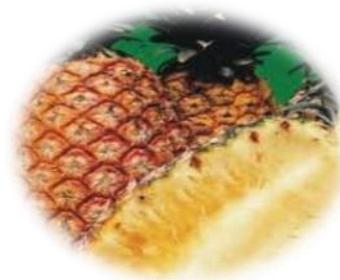
Además se señala que está compuesta de 46 géneros y 2000 especies aproximadamente.

Entre las cuales podemos mencionar las diversidades de piñas más adecuadas para extraer su jugo:

“Española roja”: Estas plantas son de mediano tamaño, sus hojas son de color verde con bandas con tintes pardo-rojizos, tienen espinas de 3 a 6mm en los bordes. Su pulpa tiene color blanco, es de sabor agri-dulce muy agradable y algo picante al paladar así como también es jugosa. La planta presenta de entre 2 y 8 hijos en la base de la fruta, los mismos que son preferidos por los agricultores para instaurar nuevas plantaciones y son recolectados de dos a tres meses posteriores a la cosecha de la fruta.

Cayena lisa: Son plantas de porte mediano, con hojas más cortas y anchas que la española; presentan color verde oscuro con manchas rojizas. Los bordes de las hojas son lisas, con espinas cortas. Sus frutos son de forma cilíndrica de color externo anaranjado rojizo. La pulpa es de color amarillo pálido, de abundante jugo y de sabor menos ácido y con menos fibra que la Española, por lo que tiene la

Figura 2. Cayena Lisa



preferencia de muchos consumidores Cayena lisa tiene varias selecciones en el mundo, destacándose dos tipos principales, la que no presenta hijos basales (Cayena tipo "Hilo") y la que presenta éstos, en número variable según la selección de que se trate.

La piña Cayenne o más conocida como Cayena lisa (o hawaiana) es la que comercialmente tiene mayor importancia, ya que sus frutos sirven de materia prima para las industrias que se dedican a procesar la piña; estas frutas son de gran calidad y tamaño, la unidad puede llegar a superar los 3.5 kilogramos, pero además de ello son las preferidas para la industrialización porque no se desperdicia la fruta, puesto que al separar la cáscara de la pulpa antes de procesarla, este será mínimo debido a que presentan una forma casi "cilíndrica". Este es el tipo de piña que se siembra, cosecha y comercializa en Milagro y sus sectores aledaños.

Ecuador tiene condiciones favorables para el cultivo de piña. En el país se puede producir la fruta con menos luminosidad que la comúnmente requerida en otras partes. Es por eso que la piña es la segunda fruta de exportación de Ecuador.

En 1991 la Corporación Proexant introdujo la Cayena Lisa (Champaca), originaria de Costa Rica. La Champaca se ajustó a la demanda externa a causa de su mejor textura, menor peso y sabor más dulce. Pero ni aun así la piña ecuatoriana logro tener un buen posicionamiento en los mercados internacionales.

La Cayena Lisa es también conocida como Champaca F-153 o Hawaiana, la cual se utiliza en la agroindustria, es la variedad más cultivada a nivel mundial, la demanda de esta responde a su alto contenido ácido y de azúcares, lo que la convierte en un insumo óptimo para la producción de enlatados.

La piña Cayenne o más conocida como Cayena lisa (o hawaiana) es la que comercialmente tiene mayor importancia, ya que sus frutos sirven de materia prima para las industrias que se dedican a procesar la piña; estas frutas son de gran calidad y tamaño, la unidad puede llegar a superar los 3.5 kilogramos, pero además de ello son las preferidas para la industrialización porque no se desperdicia la fruta, puesto que al separar la cáscara de la pulpa antes de procesarla, este será mínimo debido a que presentan una forma casi "cilíndrica". Este es el tipo de piña que se siembra, cosecha y comercializa en Milagro y sus sectores aledaños.

“En Milagro, existen aproximadamente 500 hectáreas dedicadas al cultivo de piña y en la zona existen de 200 a 250 agricultores dedicados al cultivo de esta fruta, las cuales en su gran mayoría se encuentran en la parroquia rural de Roberto Astudillo que posee terrenos altos y arenosos propios para el cultivo de la piña”.²

Un mercado que ha ido creciendo considerablemente en los últimos años es el mercado de los jugos de frutas naturales misma que se presenta como una gran oportunidad para la agroindustria milagreña, ya que se corre con la suerte de que Ecuador forme parte de los principales países que producen y exportan jugos de frutas en el mundo.

Ecuador y los jugos de frutas.

Este país debido a su buen clima y suelo ha sido excelente primero para el cultivo de frutas para su exportación y luego para procesarlas y hacer jugo naturales.

El desarrollo de esta industria nació en el país por el año de 1960, década en la que nacieron los establecimientos “Conservas del Valle” y “Conservera Guayas”, en esa época con un nivel tecnológico mediano, comenzando con máquinas para envasados de jugos de frutas y salsa de tomate.

A medida que el tiempo paso se fue implementando pequeños y medianos establecimientos, que para fines de los 70 algunas grandes industrias importaron máquinas, homogenizadores, pasteurizadores, extractores de jugos, mezcladores, etc. Entre las industrias que mejoraron sus procesos está el Ecuajugos con máquinas totalmente modernas, y Conservera Guayas. Durante años estas empresas solo cubrieron la demanda local pero a principios de la década de los 90 se registraron las primeras exportaciones de jugos de frutas.

En la actualidad pocas han sido las empresas que han podido dotar sus instalaciones con maquinarias de punta debido a sus altos costos, pero con las maquinarias que cuentan empresas como Quicornac y Tropifrutas pueden acceder a comprar grandes cantidades de frutas para ser procesadas a nivel industrial.

² "Estudio de Factibilidad y Diseño de una planta procesadora de elaborados de piña para exportación. ubicada en la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas"

Ecuador en la década de los 90 exportó grandes cantidades de jugos de frutas, el crecimiento de la oferta fue estable en toda esta década excepto en el 98 año en el que el fenómeno del niño dañó las plantaciones de frutas. Pero la producción de piña tuvo un repunte en ese año haciendo que la industria de jugos exporte más.

Los mayores productores de jugo de Ecuador de la década de los 90 fueron: Quicornac, Ecuaplantation y Tropifrutas.

Pero también hay otras empresas dedicadas a satisfacer la demanda interna y externa como: Agrícola Oficial S.A. AGROFICIAL, ECUAVEGETAL S.A., MASSARENTIS.A., Pataqui de Comercio S.A. PADECOSA.

“La mayoría de agroindustrias de este tipo han dedicado casi la totalidad de su capacidad productiva a procesar jugo y concentrado de maracuyá debido a la gran demanda por este producto, dejando paso a pequeños y medianos productores para ingresar a producir otras frutas sin dificultad”.³

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Referencia extraída de la Empresa Agri Pineapple

AgriPineapple Tour: Acerca de Nuestra Empresa

Figura 3. Agri pineapple



Misión

Producir y exportar piña de alta calidad cumpliendo con las exigencias del mercado internacional y utilizando tecnología de punta para satisfacer la demanda

³ Proyecto de instalación de una planta de jugo y concentrado de frutas.

de los clientes. A la vez, trabajar bajo las mejores normas de sostenibilidad para lograr rentabilidad económica, asegurarse del bienestar del trabajador y proteger el medio ambiente.

Visión

Alcanzar un alto rendimiento productivo y económico mediante la innovación de tecnologías limpias para producir más eficientemente y aprovechar al máximo los subproductos. De esta forma logramos una diferenciación ambiental de la empresa, una mejor calidad de vida para el trabajador y un producto de excelente calidad para el cliente.

Antecedentes

Hacienda Ojo de Agua es una empresa dedicada a la producción de piña fresca y deshidratada.

Esta empresa, de capital nacional comenzó a producir piña en el año 1991, siempre bajo el contrato con la multinacional Del Monte.

Las directrices de la empresa siempre han sido de innovación y de proveer al trabajador con las mejores herramientas para realizar en forma segura y adecuada las tareas. De ahí que mantenemos un programa de salud ocupacional y estamos certificados bajo el protocolo ETI (Ingles) y con la norma ISO 14001.

Etapa # 1. Recepción de la fruta:

Al llegar los bins a las afueras de la planta empacadora, son revisados por un trabajador que pela la piña para constatar que no tenga golpes ni exceso de madurez, luego es transportada por un montacargas que sumerge la fruta con todo y “bin” en una pila de agua clorada, al hundirse el cajón, la piña flota y la fuerza del agua impulsada por una máquina, hace que ésta ingrese a la planta sin ser manipulada por ningún trabajador.

Etapa #2. Selección y lavado de la fruta:

Una vez que la fruta ingresa, se procede a seleccionarla. Los parámetros de selección van a dividir la piña de primera, para exportación, la de segunda para el mercado nacional, la de tercera para deshidratado y la cuarta para jugos.

Para seleccionar la piña de primera se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Debe de tener una sola corona
- La corona debe de estar recta(si está torcida ya no califica)
- Que no tenga daño en más de tres ojos
- Debe estar madura tanto interna como externamente
- No debe tener golpes.

Etapa #3. Encerado y secado de la fruta:

En ésta etapa la fruta pasa por una cascada de cera con fungicida que la recubre. Esta capa de cera se utiliza como un sello para evitar que la fruta transpire y de ésta manera detener su proceso de maduración. Del encerado la fruta pasa por el secador para sellar la cera recién aplicada.

Etapa #4. Fumigación de la corona:

En ésta etapa, se fumiga la corona, esto se hace con la finalidad de eliminar toda clase de insecto que haya quedado oculto en la misma.

Etapa # 5. Empacado de la fruta:

Ya la fruta está lista para ser empacada. Para esto es transportada en una banda hasta el empacador que se encarga de ponerlas en cajas. El peso de éstas debe de estar entre los 10 y los 12 kilos, independientemente de la cantidad de piñas que contenga cada caja; por ejemplo la caja de 4 piñas (que son las piñas más grandes)debe de pesar igual a la caja que contiene 14 (que son las más pequeñas).

Etapa # 6. Paletizado:

En éste proceso la fruta es ubicada en diferentes tarimas, dependiendo del número de piñas que contenga cada caja(es decir se hace una tarima solamente con cajas que contienen 4 piñas y así suc...). En cada tarima que se denomina palet, se colocan entre 65 y 70 cajas.

Una vez ordenadas las 70 cajas se colocan esquineros (bandas de plástico para formar esquinas) y se amarran las cajas para crear un bulto sólido, luego se colocan las etiquetas correspondientes: 3 a cada lado y una sobre la paleta donde se indica el número de piñas por caja, cada lado se coloca una donde se ubica el número y el código de la empresa, finalmente se escribe un código de 5 dígitos que corresponde al día, mes, finca, número de empresa y la hora de proceso. Todo éste proceso se hace con fines de trazabilidad.

Etapa # 7. Enfriado:

Una vez paletizadas las cajas, éstas ingresan a un cuarto frío, según sea su destino: Estados Unidos, Alemania, Holanda e Italia.

La fruta puede estar máximo solamente 4 días en el cuarto frío de la empacadora, a una temperatura de 7 grados centígrados, si es inferior puede deshidratar la piña y si es superior puede llenarse de hongos e incluso fermentarse.

El proceso de deshidratación:

La piña que ingresa a la planta es la que no calificó ni para exportación ni para el mercado nacional(piña de tercera), esto no significa que la fruta sea de rechazo, al contrario debe de seguir ciertos parámetros como:

- golpes leves
- que la pulpa no esté dañada
- Tamaño mínimo de 14 ya que inferior a esto son piñas de muy bajo rendimiento.

Las siguientes son las etapas que debe cumplir la piña en éste proceso:

Etapa #1. Recepción de la fruta: Los bins de fruta previamente seleccionada, esperan fuera de la planta de deshidratado para ser recibidas por el operador, que es el encargado de pasar la fruta a la pila de recibimiento en forma manual.

Etapa #2. Extracción del corazón: Una vez que ingresa la fruta a la planta, el encargado corta un extremo de 2 cm de la base de la fruta, una vez realizado, se procede a la extracción del corazón, que se hace mediante un tubo cilíndrico impulsado por un compresor de aire.

Etapa #3. Pelado y rebanado: Descorazonada la fruta, se procede a pelarla, si es detectado algún tipo de daño en la pulpa, es inmediatamente descartado por la operadora; luego la colocan en una banda que la transporta hasta la máquina rebanadora.

Etapa #4. Distribución: En ésta etapa se procede a extender y distribuir las rodajas de piña en bandejas y éstas a su vez pasan a formar parte de un “carro” de metal con una capacidad de 22 bandejas.

Etapa #5. Secado: Llenos los carros, las bandejas van al secado por espacio de 24 horas y a una temperatura promedio de 65 grados centígrados.

Etapa # 6. Empacado: Después de salir del secador, la fruta ya deshidratada pasa al cuarto de empaque. Aquí se clasifican en rodajas de primera y segunda calidad, palitos, trozos y el restante es rechazo.

La fruta procesada en ésta planta no posee ningún preservante ni azúcar es... **todo natural.**

Figura 4. Ubicación de la empresa



Cómo llegar 45 minutos de Puerto Limón (tour de 1/2 día en la ruta hacia San José) 90 minutos de San José (tour de 1/2 día en la ruta hacia Limón)

Referencia extraída de la Empresa: Ananás Export S.A.

- 🍌 El sector de producción y exportación de piña fresca a través de los últimos 5 años ha presentado un comportamiento de crecimiento, Esta conducta se ha debido a que la producción de frutas tropicales en el mundo ascendió a 61,5 millones de toneladas en el año 2003, producidas en un 98% en los países en desarrollo. La piña representa el 21,8% de este volumen, con cerca de 13,508 millones de toneladas, después del mango, que participa con cerca del 37% del total.
- 🍌 Esta realidad del mercado llevo el 24 de septiembre de 2003 a fundar nuestra compañía C.I. ANANAS EXPORT S.A., la cual fue inicialmente un proyecto de exportación de piña en Ecuador en el 2003 a 2005, El constante crecimiento de la oferta de la piña en los mercados y la exigencia de la calidad hicieron que nos trasladáramos hacia una mejor ubicación geográfica logrando una mejor calidad de cultivos, desde Septiembre de 2005 iniciamos relaciones comerciales con productores de Costa Rica, en 2007 iniciamos nuestra propia finca TIERRA FERTIL S.A. para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, esto da como resultado poder ofrecer piña y frutas tropicales con criterios de calidad óptimos exigidos en los mercados internacionales.
- 🍌 Las tendencias, mercados y el giro que el mundo ha dado en los últimos años hace que nuestra empresa se enfoque en proyectos nuevos, diferentes y con la visión de suministrar al consumidor final productos elaborados con la calidad que nuestra empresa tiene, de esta manera se creó Mallki Juice for life, jugos naturales de excelente calidad, con 100% de fruta tropical logrando conservar las características propias de la fruta en olor, sabor, color y textura.
- 🍌 Siguiendo las tendencias, dentro de nuestra experiencia en la exportación de pina fresca desarrollamos nuestras conocidas Piñas de Decoración, las cuales son creadas para generar ambientes naturales y frescos dentro de espacios cerrados con el tiempo de vida de una flor exótica tropical.

Nuestro cultivo.- La evolución de los mercados, las exigencias de calidad y la estabilidad de programas semanales de piña de nuestros clientes han dado como resultado que desde Junio de 2007 iniciamos nuestra propia siembra de piña en nuestra finca Tierra Fértil s.a., ubicada en la zona de San Carlos de Costa Rica.

Nuestra finca ha sido diseñada teniendo en cuenta las exigencias ambientales, sociales y de calidad de las piñas para poder tener cada semana una producción estable de contenedores que cumplen con los mayores índices de calidad, sabor, tamaños, color y características propias de una piña Gold de primera calidad.

Ubicación: Veracruz, San Carlos Costa Rica

Área de producción: 200 hectáreas Netas de producción

Variedad: Piña Gold (MD-2)

Producción: 12 a 15 contenedores semanales

Certificaciones: Global Gap, SA 8000 (en proceso de certificación)

Referencia extraída de la Empresa: Food Pack S.A.C. (Empresa Peruana).

Somos una empresa peruana procesadora de frutas, creada para satisfacer las necesidades nutricionales de nuestros consumidores. Innovando permanentemente, desarrollamos productos derivados de fruta de alta calidad, al precio justo. Los cuales son comercializados con nuestra marca Ecofresh y con la marca privada de nuestros clientes de canales especiales.

Nuestro staff está conformado por un equipo multidisciplinario de colaboradores altamente calificados, entre los que se encuentran: Ingenieros Sanitarios, Biólogos, Agrónomos, Industriales, Administrativos; marketeros, publicistas y financieros de reconocido prestigio en nuestro país. A los que se suman nuestros técnicos y obreros de producción cuya alta calificación y experiencia nos permiten operar una empresa con altos niveles de eficiencia. Además nos aseguramos, mediante nuestra infraestructura, tecnología y nuestra gente, de satisfacer las necesidades de clientes exclusivos y sumamente exigentes.

Figura 5. Proceso de Envasado.



Nuestro know how, de más de 20 años en el mercado de frutas frescas, ha contribuido de manera importante en los favorables resultados obtenidos en el mercado de jugos naturales/frescos al que ingresamos hace tres años con la marca “Ecofresh”, presente en todos los puntos de venta del Grupo Wong, el Grupo líder de Supermercados del Perú.

Nuestra visión de futuro nos obliga a desarrollar nuevos productos en nuestra línea de frescos y en la de mínimamente procesados, que por sus características y beneficios permitan mantener nuestra promesa de “100% Natural”. En este camino, hemos ingresado al mercado de fruta cortada (fresh cut) y de ensaladas de frutas (PMP) “ready to eat”, ofreciéndoles a nuestros clientes y consumidores frutas frescas (peladas, cortadas, lavadas y envasadas) de alta calidad, listas para ser consumidas, y que mantienen las características y beneficios de producto fresco.

En Food Pack, sin embargo, no estamos satisfechos. Es nuestro compromiso continuar esforzándonos día a día para ofrecerles productos superiores con más alta calidad de servicio. Teniendo siempre como principio básico mantener nuestra promesa de ofrecer productos 100% naturales, de alto valor para nuestros clientes y consumidores.

Como empresa procesadora de frutas abastecemos el mercado con productos de alta calidad, 100% naturales, jugos mínimamente procesados y otros productos derivados de fruta. Los cuales son comercializados con nuestra marca propia y producidos para nuestros clientes de canales especiales con sus respectivas marcas.

Figura 6. Piña.



Es un producto mínimamente procesado -PMP. No contiene agua y es 100% natural. Presenta muchas bondades terapéuticas por los elementos que lo componen.

La piña es una fruta muy apreciada debido a sus características tanto organolépticas (aroma, jugosidad, textura), como nutricionales: es una buena fuente de vitaminas, azúcares y fibra.

Está en un lugar notorio en las dietas, debido a su alto contenido en agua, fibra y su valor calórico bajo (11% de hidratos de carbono simples). La bromelina, es una enzima contenida por la piña, similar a las enzimas digestivas, que ayuda a digerir las proteínas.

Moderna Tecnología: Nos preocupa elevar el nivel de nuestro servicio. En este sentido, toda nuestra fuerza de ventas está dotada de equipos de radioteléfonos y hemos implementado nuestra página web.

Esta tecnología nos permite tener información “on-line” en tiempo real, optimizando nuestros recursos logísticos y nuestro servicio; así como, tener una comunicación mucho más fluida con nuestra fuerza de ventas y nuestros clientes.



Figura 7. Especialización de nuestra FFVV.

No dejamos de lado la especialización de nuestra fuerza de ventas, nuestro personal en el Grupo Wong y nuestros ejecutivos del área de ventas a canales especiales, y a nuestra nueva tecnología se agrega un mayor énfasis en la capacitación. A nuestros programas de capacitación y recompensa tradicionales, se ha sumado un programa de incentivos de índole permanente orientado a reforzar la motivación de nuestro personal en el punto de venta. Asimismo, nuestro programa de capacitación ha sido reforzado con la inclusión de nuevos tópicos como Servicio al Cliente, Merchandising, Exhibición,

etc., y nuestro enfoque a transmitirles los beneficios diferenciales de nuestros productos.

Nuestro marketing

Como líderes del mercado de jugos 100% naturales, nuestro marketing se orienta a reforzar nuestro posicionamiento y los valores de nuestra marca, una marca que se caracteriza por ofrecer sólo productos Premium. Una tarea permanente es hacer crecer nuestro mercado, trabajamos arduamente en la diferenciación de productos, en un mercado en el que néctares, citrus punch y refrescos se hacen denominar “Jugos”.

En este sentido, utilizamos nuestra experiencia, capacidad, profesionalismo y la ética que rige nuestra cultura corporativa para desarrollar programas que trabajen hacia el logro de nuestros objetivos. Un aspecto a destacar es nuestra orientación hacia la innovación permanente, el trabajo profesional que realizamos nos pone un paso delante de nuestros competidores directos e indirectos. Monitoremos tendencias locales e internacionales; nos acercamos a nuestros consumidores a través del constante seguimiento; evaluamos constantemente nuevos productos en las diversas categorías en las que participamos, etc. Estamos seguros que el éxito de nuestros clientes también es el nuestro. Por esta razón, nuestro staff de profesionales trabaja en forma coordinada con nuestros clientes, sumamos esfuerzos, para ofrecerles el soporte de marketing requerido en el manejo de nuestra categoría.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

Morfología de la piña:

Es de la familia de las Bromeliaceae.

Su Nombre científico es *Ananas sativus* (Lindl) Schult.

Su Origen es de las zonas tropicales de Brasil.

La Planta es vivaz con una base formada por la unión compacta de varias hojas formando una roseta.

De las uniones de las hojas pueden surgir pequeños retoños con rosetas basales, que facilitan la reproducción de la planta.

Después de 1 a 2 años el tallo crece prolongadamente y forma en el extremo un brote.

Las Hojas son espinosas que miden 30-100 cm de largo.

Las Flores son de color rosa y tres pétalos que crecen en las axilas de unas brácteas apuntadas, de ovario hipogino. Son cuantiosas y se aglomeran en capullos de unos 30 cm de longitud y de tallo engrosado.

Las flores dan fruto sin necesidad de fecundarlas y del ovario hipogino se desarrollan unos frutos en forma de baya, que conjuntamente con el eje de la inflorescencia y las brácteas, dan lugar a una infrutescencia carnosa (sincarpio) En la superficie de la infrutescencia se ven únicamente las cubiertas cuadradas y aplanadas de los frutos individuales.

El Clima Requerido:

Precisa una temperatura media anual de 25-32 °C, un régimen de precipitaciones regular (entre 1000-1500 mm) y una elevada humedad ambiental.

Es por esto que el clima en nuestra ciudad es el adecuado para el cultivo de la piña, puesto que es cálido tropical o tropical húmedo y la temperatura promedio es de 25 grados centígrados.

Provocando que tanto la piña como sus derivados sean muy apetecidos en los países que no poseen un clima tropical seco y húmedo, debido a que este clima solo lo poseen los países que se encuentran atravesados por la línea Equinoccial o Ecuador.

Las Variedades más conocidas:

Son tres variedades botánicas: var. Sativus (sin semillas), var. Comosus (forma semillas capaces de germinar) y var. Lucidus (permite una recolección más fácil porque sus hojas no poseen espinas).

Las tres variedades más comunes son: MD-2 o dorada, la champaca o hawaiana y la monte lirio o criolla.

Las industrias de las bebidas.

La industria de bebidas en mercados como el europeo y el estadounidense se producen jugos, néctares, bebidas dietéticas, refrescos de jugos de frutas, bebidas para diabéticos, jarabes, licores, bebidas multifrutas o multivitamínicas y al momento de consumir cuando están en las vitrinas todos se muestran como productos de una sola fruta pero cada vez va aumentando más el interés por los jugos de frutas combinadas pero aun así la demanda de esos productos sigue siendo escasa.

En la producción de jugos y concentrados de frutas naturales varia el grado de concentración del jugo según el caso:

Los jugos de frutas tropicales que contengan 100% jugo natural es escasa debido a que el néctar de las mismas es muy fuerte y ácido para el paladar del público.

Los refrescos de frutas puede contener una cantidad mucho menor de jugo y más bien contener ingredientes como ácido cítrico, ácido ascórbico, aceites esenciales, aromas y conservantes.

Los derivados de piña más importantes y con mayor demanda en el mercado son el jugo de piña, piña en rodajas sin corazón en lata, en medias rodajas, en cubos, en octavos de rodajas, el concentrado de piña, en deditos y en mezclas con otras frutas. Los cuales pueden ser empacados con el jugo natural de la piña, en miel común y dietética, y se pueden utilizar empaques de aluminio, cartón, tetra pack y bolsas asépticas.

Bebidas gaseosas como no gaseosas pueden contener cierta cantidad de jugo o pulpa de frutas, estos refrescos consumen gran cantidad de materia prima al venderse en grandes cantidades, lo que sí es evidente es que existen refrescos con mayor contenido de fruta que otros como los que son vendidos como refrescos orgánicos, en algunos casos pueden aproximarse al 100% el contenido de fruta y en otros puede adicionárseles vitaminas.

También deben mencionarse las bebidas multifrutas/multivitamínicas que contienen por lo general una base de naranja, manzana, piña o albaricoque. Se le añaden otros jugos y agua, azúcar, vitaminas, y otros ingredientes en diversas cantidades obteniendo así un producto determinado.

Por lo general este tipo de bebidas contienen de 10 a 12 frutas como las tropicales, subtropicales, y de zonas templadas y un número parecido de vitaminas las cuales son mencionadas en la etiqueta.

Los consumidores inclinan sus preferencias con tendencia hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas a partir de frutas, en el mercado local. La piña y sus derivados muestran un crecimiento vertiginoso en cuanto a su consumo.

Las industrias lácteas.

Esta industria ha crecido considerablemente en los últimos años con productos como bebidas de yogurt, helado de yogurt, pudines, postres y salsas.

Pero cada vez son más los productos que se preparan en base a frutas, las bebidas de yogurt llevan entre el 10 a 20% de contenido de fruta natural y se preparan a partir de jugos y concentrados o pulpas de frutas que son suministrados por lo general por empresas especializadas.

Pero como las exigencias y gustos de las personas varían constantemente las industrias están dispuestas a experimentar constantemente en busca de nuevos sabores de manera que utilizan en grandes cantidades jugos y concentrados de frutas tropicales.

Importancia Nutricional:

El componente primordial de la piña es el agua, constituye aproximadamente un 85 % de su peso. Esta cantidad de agua convierte a la piña en un alimento con un valor energético muy bajo, por lo que personas con problemas de exceso de peso u obesidad pueden incluirla en su alimentación sin ningún problema. El nutriente principal de la piña son los hidratos de carbono simples, que suponen aproximadamente el 11 % de su peso, mientras que las proteínas y las grasas apenas están presentes en esta fruta, al igual que en el resto.

En cuanto al contenido en vitaminas cabe destacar la presencia de vitamina C, responsable de numerosas e importantes funciones en el organismo como su participación en la formación del colágeno (proteína presente en huesos, dientes y

cartílagos), de los glóbulos rojos, de los corticoides (hormonas) y de los ácidos biliares.

Además la vitamina C favorece la absorción de hierro por parte de nuestro cuerpo y posee una importante función inmunológica ya que potencia la resistencia del organismo frente a la infecciones.

La vitamina C es una sustancia con acción antioxidante, es decir, nos protege frente a los radicales libres, asociados al envejecimiento y a algunas enfermedades. Además de vitamina C, la piña posee en cantidades inferiores, vitamina B1 y B6. En relación con los minerales, potasio.

CUADRO # 1. Valor nutricional del jugo de Piña

COMPONENTES	PIÑA EN SU JUGO
Energía(Kcal)	49
Agua (g)	86.8
Proteínas (g)	0.30
Lípidos (g)	0.00
Glúcidos (g)	11.84
Fibra (g)	0.84
Vitamina A (mcg)	2.00
Vitamina E (mg)	0.05
Vitamina C (mg)	11.00
Ácido fólico (mg)	1.0
Potasio (mg)	71.00
Magnesio (mg)	13.00
Fósforo (mg)	5.00
Cinc (mg)	0.10
g =gramo / mg = miligramo / mcg = microgramo	

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Importancia Medicinal:

La piña es una planta que por su estupendo sabor y su inconfundible aroma, conviene conocer las propiedades de la misma, tratándose de una fruta de las más saludables de todas.

Está formada por tres enzimas combinadas bromelina, extranasa y ananasa, resulta muy adecuada para la circulación, disolviendo los coágulos que puedan formarse gracias a que posee estos ingredientes que hacen que la sangre fluya normalmente.

Esto es una buena manera de evitar problemas circulatorios como trombosis, ataques cardíacos, apoplejías, y al mismo tiempo disminuir la presión sanguínea elevada o hipertensión.

Además de sus propiedades anticoagulantes, la bromelina tiene el poder de "digerir" las proteínas por lo que resultará de mucha ayuda en el proceso de la digestión.

Y no tiene efectos secundarios desagradables relacionados con la digestión pesada de los alimentos como: gases intestinales, pesadez de estómago, acidez de estómago, entre otros.

Los jugos de frutas son productos muy requeridos por su gran variabilidad a la hora de utilizarlos ya que no sirven solo para digerir y refrescar sino también en la industria alimenticia como es en la preparación de aderezos y condimentos para las comidas, alimento para los niños, para las industrias como la química y la farmacéutica, etc.

Los Principios activos de la piña son: enzimas como la bromelina, ácidos cítrico y málico, azúcares: glucosa y sacarosa, sales minerales: magnesio, yodo, potasio, manganeso, fósforo, calcio, vitaminas A y C. Fibra en el corazón.

Fundamentación Empresarial

La organización empresarial es el complemento de todos los recursos que intervienen en ella, como el humano, el capital, el equipo y la maquinaria los mismos que de manera ordenada y sistemática conforman un conjunto de partes las cuáles colaboran para que funcione una idea empresarial.

Una vez constituido el sistema empresarial se pueden representar e implementar su funcionalidad de diversas formas:

Organización lineal es la que mantienen una definida y marcada línea de mando, tiene parámetros muy bien establecidos de los cuales resulta muy difícil alejarse por su administración directa y general.

Una organización menos estricta que un jefe directo es el staff y de comités, mismas que tienen como particularidad la toma de decisiones que es el resultado de un análisis de grupo o de una asesoría de un estudio de la empresa en el caso de un staff y sus falencias son preventivas.

La organización funcional consiste en tener la persona idónea alguien con experiencia y conocimientos en el área a desempeñarse.

Otro aspecto organizacional es el mixto, el mismo que abarca el sistema organizacional lineal y el funcional, muestra características de los dos sistemas mencionados anteriormente.

Otras formas de organización como el de los objetivos nos dice que la entidad en toda su función así como en las departamentalizaciones se les debe otorgar de forma conjunta e individual objetivos.

El principio de especialización trata, de que se debe tener a la persona indicada en el lugar indicado como resultado para una buena administración.

El principio de coordinación busca que el esfuerzo de las personas involucradas en esta área sea por igual.

Existen otros principios como el de autoridad, y el de responsabilidad. Ambos hacen referencias al gestor del mando en la entidad, otro principio el de definición que se pronuncia en el propósito y obligación de cada puesto, existen otros principios como el de reciprocidad, ámbito de control, de equilibrio, de continuidad y muchos otros, pueden darse diversos dependiendo del autor, pero los mencionados abarcan todas

las esferas internas e importantes de la empresa y son puestos en prácticas por todas las compañías bien estructuradas en su organización.

Lo mejor en todos los cargos es dar a conocer a quien se destine para un puesto la labor de conocimiento de la empresa para la cual laborará, esto se lo aplica en el momento que se le entrega el manual de funciones donde radican sus deberes y obligaciones como trabajador, las políticas de la empresa etc...

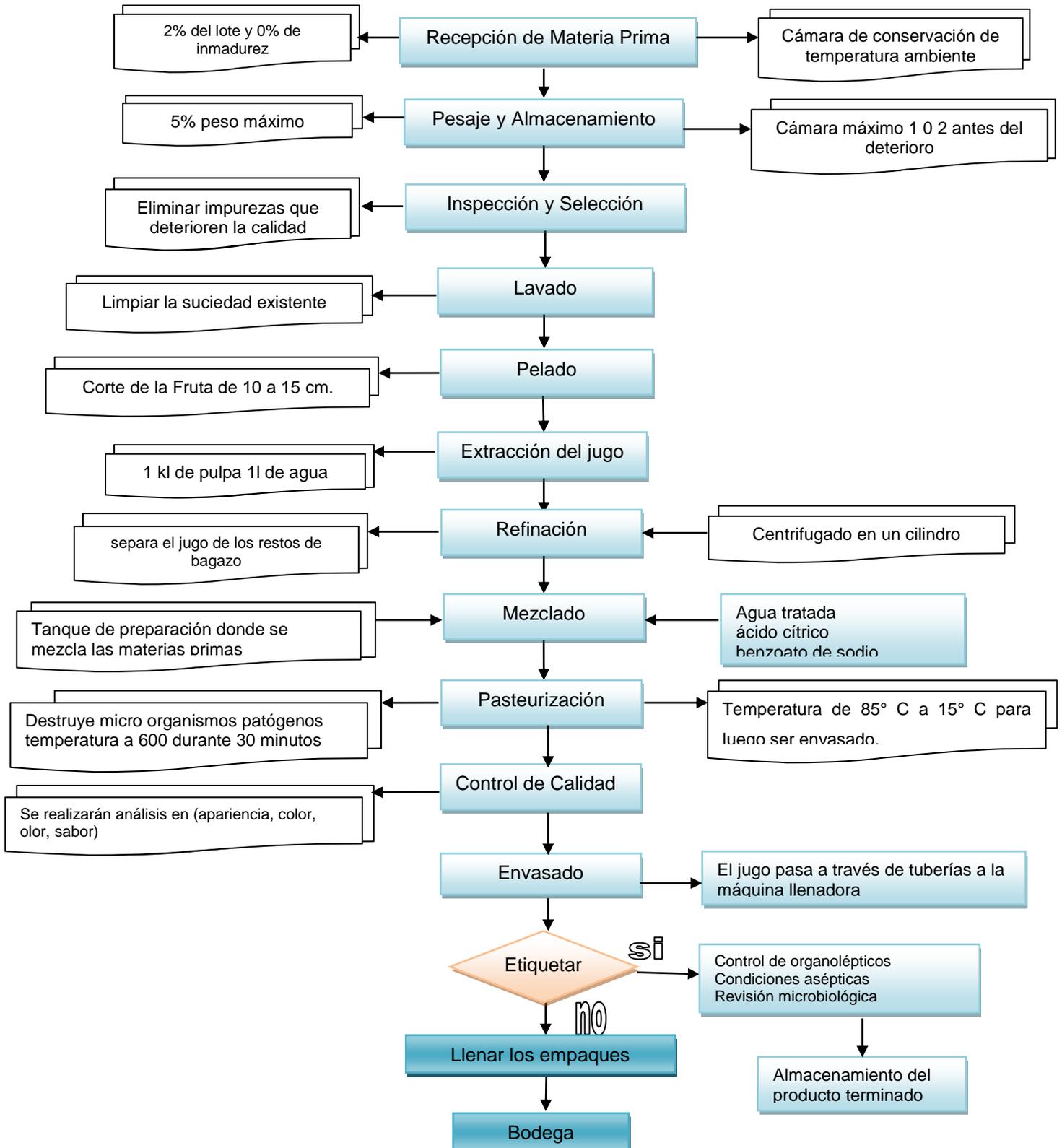
También se debe de exhibir un diagrama de flujos en lugares visibles de acuerdo a la temática de la empresa para dar a conocer a los empleados bajo que parámetros se desarrolla y funciona la empresa fomentando así una cultura empresarial, todos son solo una pequeña parte de lo que es el desarrollo y práctica de técnicas en caminadas a ejercer una buena administración.

Retomando aspectos generales de la administración existen otras formas como se puede clasificar la organización de la empresa, pueden ser según sus fines, de lucro y sin fines de lucro, representa el hecho de que este destinada a obtener utilidades para sus capitalistas o beneficios por parte de sus constituyentes para sus beneficiarios.

En estos tiempos la administración es todo un reto, ya que cada vez el campo de profesionales se extiende cada vez más, se desligan funciones de un cargo para dárselos a otros constituyendo así nuevas tendencias profesionales.

Fundamentación Técnica

Diagrama #1. Flujo del proceso de jugo de piña



Recepción de la materia prima.-la fruta llega a la planta traída en camiones que llegan de los diferentes proveedores situados en la Ciudad de Milagro, cuando llega es descargada en gavetas apilables, y es llevada a la cámara de conservación a temperatura ambiente.

Pesaje y almacenamiento.-el producto será piña cayena lisa el tamaño de muestra el 2% del lote y para el muestreo se tomaran unidades al azar, el nivel de pudrición será de 0%, el daño por insectos máximo 1%, 0% de inmadurez, sobre madurez máximo 5% y bajo peso máximo 5%. Se la almacenará en la cámara de conservación se procurará procesarla lo más pronto posible para evitar que la fruta se deteriore pasará en la cámara máximo de 1 a 2 días.

Inspección y selección.-se colocan las piñas en una mesa para seleccionarlás y revisarlas minuciosamente para desechar cualquier fruto que se encuentre en mal estado, y también eliminar suciedades e impurezas en el tallo, hojas, ramas, tierra que puedan deteriorar la calidad del producto, y por ultimo eliminar el penacho de la piña.

Lavado.- una vez realizada la primera selección las piñas son llevadas a un tanque de lavado donde serán cepilladas para quitar toda la suciedad e impurezas que puedan existir. Luego son vueltas a inspeccionar para evitar que alguna fruta con impurezas o pudrición pueda pasar a la siguiente fase o paso del proceso.

Pelado.-se procede a separar manualmente la corteza de la pulpa. Se corta la pulpa en trozos y se los pasa por agua hirviendo durante 12 - 15 minutos aproximadamente. Se extrae la pulpa de la piña con el molino extractor de pulpa. Esta pulpa es la base en la preparación del jugo concentrado de piña.

Extracción del jugo.-La formulación utilizada es la siguiente: Por cada kilo de pulpa de piña se requiere un litro de agua, doscientos gramos de azúcar y diez gramos de ácido cítrico. Se mezclan el agua, el azúcar y el ácido cítrico, y esto se pone a hervir en la marmita, luego de lo cual se le añade la pulpa de piña.

Refinación.-es pasado el jugo pulposo por un turbo refrigerador el cual tiene como función separa el jugo de los restos de bagazo o material extraño. Es un cilindro horizontal el mismo que centrifuga con gran fuerza que envía hacia las paredes el jugo, el cual pasa a través de una maya y las impurezas y resto de cascara se queda dentro del cilindro.

Mezclado: Una vez filtrado el jarabe simple, es bombeado hacia un tanque de preparación donde se procede a la mezcla de las materias primas para la transformación del jugo, el agua tratada, ácido ascórbico, ácido cítrico, benzoato de sodio, saborizantes, colorantes y el concentrado de frutas son completamente mezclados y la fórmula es estandarizada.

Pasteurización.-tiene por finalidad destruir aquellos micro organismos patógenos presentes en el jugo. Es por ello que la mezcla anterior es esterilizada mediante un tratamiento térmico de pasteurización, el que consiste en elevar brusca y repetidamente la temperatura a 600 durante 30 minutos lo que elimina todo tipo de micro organismos para obtener el jugo con esterilidad comercial. Luego el jugo pasa por un enfriador de serpentín de doble camisa, bajando la temperatura de 85° C a 15° C para luego ser envasado.

Control de calidad.-el producto en todas sus fases deberá ser controlado permanentemente en sus condiciones asépticas, físicas, de homogeneidad para lo cual se realizarán análisis organolépticos (apariencia, color, olor, sabor), bromatológicos (grados brix, pH, densidad, humedad, sólidos totales) y microbiológicos (coliformes totales, hongos/levaduras) La realización de estos análisis garantiza una óptima calidad del producto elaborado.

Envasado.-el jugo es transportado a través de tuberías a la máquina llenadora y desde ahí se procede a enfundar el jugo en las fundas asépticas, las mismas que son cerradas. La esterilización y enfriamiento aséptico con el correspondiente envasado en frío, logra que permanezcan intactas todas las cualidades del producto fresco.

Este proceso se lleva a cabo con la máxima higiene y limpieza posible; todo el personal debe llevar la indumentaria necesaria para realizar un trabajo totalmente higiénico. Una vez selladas las fundas se depositan en el interior de su respectivo tanque de acero inoxidable con capacidad de 55 galones, el mismo que posee en el exterior toda la información respectiva del producto que contiene en su interior.

Almacenamiento.-Los tanques son almacenados para su observación, durante cuarenta días. Al término de este tiempo podrán ser comercializados.

2.2 MARCO LEGAL

Referencia extraída textualmente y sin alteración de la Ley de compañías codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de Noviembre de 1999.

H. Congreso Nacional

La Comisión De Legislación Y Codificación

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República, Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la LEY DE COMPAÑÍAS

Sección I

Disposiciones generales

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima; y,

La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al 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.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social; pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, sólo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales; así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

- 1.- Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
- 2.- Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
- 3.- Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

De producirse reincidencia el Superintendente podrá solicitar a la Corte Suprema de Justicia la destitución del funcionario.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada treinta y uno de diciembre.

Art. 33.- El establecimiento de sucursales, el aumento o disminución de capital, la prórroga del contrato social, la transformación, fusión, escisión, cambio de nombre, cambio de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que deban registrarse y publicarse, que reduzcan la duración de la compañía, o excluyan a alguno de sus miembros, se sujetarán a las solemnidades establecidas por la Ley para la fundación de la compañía según su especie.

Sección II

De la compañía en nombre colectivo

1. Constitución y razón social

Art. 36.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía".

Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

Art. 37.- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebrará por escritura pública.

Entre los socios no se puede admitir declaraciones de testigos para probar contra lo convenido, o más de lo convenido en la escritura de constitución de la compañía, ni para justificar lo que se hubiere dicho antes, al tiempo o después de su otorgamiento.

Art. 38.- La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá:

- 1.- El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman;
- 2.- La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
- 3.- El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
- 4.- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
- 5.- El tiempo de duración de ésta.

Art. 39.- La publicación de que trata el artículo anterior será solicitada al juez de lo civil dentro del término de quince días, contados a partir de la fecha de celebración de la escritura pública, por los socios que tengan la administración o por el notario, si fuere autorizado para ello. De no hacerlo el administrador o el notario, podrá pedirla cualquiera de los socios, en cuyo caso las expensas de la publicación, así como todos los gastos y costas, serán de cuenta de los administradores.

Art. 40.- Cuando se constituyere una compañía en nombre colectivo que tome a su cargo el activo y el pasivo de otra compañía en nombre colectivo que termine o deba

terminar por cualquier causa, la nueva compañía podrá conservar la razón social anterior, siempre que en la escritura de la nueva así como en su registro y en el extracto que se publique, se haga constar:

- a) La razón social que se conserve, seguida de la palabra "sucesores";
- b) El negocio para el que se forma la nueva compañía;
- c) Su domicilio;
- d) El nombre, nacionalidad y domicilio de cada uno de los socios colectivos de la nueva compañía; y,
- e) La declaración de que dichos socios son los únicos responsables de los negocios de la compañía.

Podrá también continuar con la misma razón social, la compañía que deba terminar por muerte de uno de los socios, siempre que los herederos de aquél consientan en ello y se haga constar el particular en escritura pública cuyo extracto se publicará. La escritura se registrará conforme a lo dispuesto en este artículo.

Art. 41.- Si se prorroga el plazo para el cual la compañía fue constituida, o si se cambia o transforma la razón social, se procederá a la celebración de una nueva escritura pública, en la que constarán las reformas que se hubieren hecho a la original, debiendo también publicarse el extracto e inscribirse la nueva escritura.

2. Capacidad

Art. 42.- Las personas que según lo dispuesto en el Código de Comercio tienen capacidad para comerciar, la tienen también para formar parte de una compañía en nombre colectivo.

3. Capital

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar.

Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

4. Administración

Art. 44.- A falta de disposición especial en el contrato se entiende que todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acto constitutivo de la compañía sólo alguno o algunos de los socios hubieren sido

autorizados para obrar, administrar y firmar por ella, sólo la firma y los actos de éstos, bajo la razón social, obligarán a la compañía.

Art. 45.- El administrador o administradores se entenderán autorizados para realizar todos los actos y contratos que fueren necesarios para el cumplimiento de los fines sociales.

Con todo, en el contrato social se podrá establecer limitación a estas facultades.

Los administradores llevarán la contabilidad y las actas de la compañía en la forma establecida por la Ley y tendrán su representación judicial y extrajudicial.

Art. 46.- Salvo estipulación en contrario, los administradores podrán gravar o enajenar los bienes inmuebles de la compañía sólo con el consentimiento de la mayoría de los socios.

Art. 47.- El administrador que diere poderes para determinados negocios sociales será personalmente responsable de la gestión que se hiciere. Pero para delegar su cargo necesitará, en todo caso, la autorización de la mayoría de socios. La delegación deberá recaer en uno de ellos.

Art. 48.- El nombramiento del o de los administradores se hará ya sea en la escritura de constitución o posteriormente, por acuerdo entre los socios y, salvo pacto en contrario, por mayoría de votos.

Art. 49.- El o los administradores no podrán ser removidos de su cargo sino por dolo, culpa grave o inhabilidad en el manejo de los negocios. La remoción podrá ser pedida por cualquiera de los socios y, en caso de ser judicial, declarada por sentencia

Art. 50.- En las compañías en nombre colectivo las resoluciones se tomarán por mayoría de votos, a menos que en el contrato social se hubiere adoptado el sistema de unanimidad. Mas si un solo socio representare el mayor aporte, se requerirá el voto adicional de otro.

El socio o socios que estuvieren en minoría tendrán derecho a recurrir a la Corte Superior del distrito apelando de la resolución. La Corte resolverá la controversia de conformidad con los dictados de la justicia y con criterio judicial, tramitándola verbal y sumariamente, con citación del administrador o gerente.

Art. 51.- El acuerdo de la mayoría obliga a la minoría sólo cuando recae sobre actos de simple administración o sobre disposiciones comprendidas dentro del giro del negocio social.

5. De los socios

Art. 54.- El socio de la compañía en nombre colectivo tendrá las siguientes obligaciones principales:

- a) Pagar el aporte que hubiere suscrito, en el tiempo y en la forma convenidos;
- b) No tomar interés en otra compañía que tenga el mismo fin ni hacer operaciones por su propia cuenta, ni por la de terceros, en la misma especie de comercio que hace la compañía, sin previo consentimiento de los demás socios; de hacerlo sin dicho consentimiento, el beneficio será para la compañía y el perjuicio para el socio. Se presume el consentimiento si, preexistiendo ese interés al celebrarse el contrato, era conocido de los otros socios y no se convino expresamente en que cesara;
- c) Participar en las pérdidas; y,
- d) Resarcir los daños y perjuicios que hubiere ocasionado a la compañía, en caso de ser excluido.

Art. 55.- El socio de la compañía en nombre colectivo tiene los siguientes derechos:

- a) Percibir utilidades;
- b) Participar en las deliberaciones y resoluciones de la compañía;
- c) Controlar la administración;
- d) Votar en la designación de los administradores; y,
- e) Recurrir a los jueces solicitando la revocación del nombramiento de administrador, en los casos determinados en el Art. 49. El juez tramitará la petición verbal y sumariamente.

Art. 56.- En el caso de contravención a lo dispuesto en el Art. 54, letra b) de esta Ley, la compañía tiene derecho a tomar las operaciones como hechas por su propia cuenta, o a reclamar el resarcimiento de los perjuicios sufridos. Este derecho se extingue por el transcurso de tres meses contados desde el día en que la compañía tuvo noticia de la operación.

Art. 57.- No se reputan socios, para los efectos de la empresa social, los dependientes de comercio a quienes se haya señalado una porción de las utilidades en retribución de su trabajo.

Art. 58.- El daño que sobreviniere a los intereses de la compañía por malicia, abuso de facultades o negligencia de uno de los socios, constituirá a su causante en la obligación de indemnizarlo, si los demás socios lo exigieren, siempre que no pueda

deducirse de acto alguno la aprobación o la ratificación expresa o tácita del hecho en que se funde la reclamación.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Ananas Comosus: vocablo guaraní que significa fruta exquisita y que fue dado por los nativos portugueses.

Asépticas: material libre de gérmenes infecciosos.

Congelación: es un método limpio, eficaz y rápido para conservar productos en el estado más fresco posible. Las frutas se preparan y dosifican cuidadosamente reteniendo así el máximo sabor y color, elevando el porcentaje de su valor nutritivo original.

Conservación: incluye los siguientes procesos: envasado, congelado, pasteurizado, purificado y enfriado.

Cuantías bajas: obtener un bajo rendimiento monetario de un negocio.

Cultivo: es una actividad por medio de la cual se siembra un microorganismo y se hace que se desarrolle en el medio adecuado.

Desaireado: esta acción es indispensable permitiendo la extracción del aire que queda atrapado en la pulpa durante las operaciones previas.

Despulpado: es la operación de separación en la que puede entrar al equipo la fruta entera (mora, fresa, guayaba) o pelada y en trozos (papaya, mango, piña) o la masa pulpa-semilla separada de la cáscara (curúba, guanábana, lúlo, maracuyá) y separar la pulpa de las partes no comestibles.

Dinero: es un medio de intercambio, tiene forma de billetes o monedas y sirve para comprar todo tipo de bienes o servicios.

Encalado: se realiza en suelos altos en aluminio, libre o en solución. Con frecuencia se utiliza el carbonado de calcio, sustancia que además es una fuente de calcio y magnesio, elementos menores importantes como nutrientes de las plantas.

Envasado: esta es la fase de conservación, y consiste en verter las cantidades precisas de pulpas, procurando que el peso y el volumen sean el indicado y en los respectivos recipientes. La operación puede ser manual o automática.

Epifíticos: viven encima de otras plantas en zonas de clima tropical.

Estrategias de marketing: la estrategia de marketing es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing.

Fertirrigación: aplicación de fertilizantes sólidos o líquidos por los sistemas de riego presurizados, creando un agua enriquecida con nutrientes.

Intermediarios: es la persona que se encarga de comprarle la mercancía a el productor y venderla al consumidor.

Manual de funciones: redacción amplia de las actividades y funciones que realiza el personal contratado por la empresa.

Marmitas: recipiente cilíndrico con asas laterales dotada de una tapa y cuya altura es más o menos igual a su diámetro.

Pelado: remoción de la corteza o cubierta externa de las frutas; se efectúa por diferentes métodos.

Pulpa de Fruta: es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.

Procesos: es un conjunto de acciones o actividades que se realizan con un fin específico como el de obtener un producto terminado.

Producción: es el resultado de sembrar o producir algún bien o artículo.

Productividad: es la relación entre los resultados del producto terminado y el tiempo que se utiliza para obtener el resultado, es decir mientras menor sea el tiempo que se lleve para obtener el resultado deseado es más productivo.

Riego por aspersión y semiaspersión: es versátil, por la aplicabilidad en terrenos con pendientes de hasta 30%. También se utiliza la línea de aspersores por 2 horas en cada punto una vez por semana, manteniendo la planta en crecimiento y sin daño al fruto.

Recepción: consiste en recibir la fruta la cual es pesada y la calidad es analizada para obtener los rendimientos finales.

Selección: se elimina todas las frutas que estén en mal estado y que no sean aptas para la preparación del producto, por estar partidas, rotas, podridas, quemadas por frío y deformadas.

Subsolado: se realiza para despedazar las capas compactas formadas por la rastra y sacar los terrones a la superficie para que la rastra los destruya.

Tiempo: es el pasar de los segundos, las horas, los meses, los días y los años es cuanto se demora en transcurrir o suceder un evento. Y el Tiempo que se demora en estar lista la cosecha de la piña.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La implementación de una fábrica que se dedique a producir derivados de la piña provocará que la producción de esta fruta aumente.

2.4.2 Hipótesis Particulares

Los intermediarios que le ofrecen a los agricultores cuantías muy bajas por sus frutos ocasionan que los plantadores de Piña abandonen la siembra de la misma.

La implementación de una empresa dedicada a producir derivados de piña, generará que los agricultores milagreños vendan toda su cosecha.

El apoyo del Ministerio de Agricultura y de Entidades financieras incentivará a los agricultores a que retomen o aumenten su producción de piña.

La existencia de una empresa que se dedique a elaborar productos derivados de la piña reordenará el nivel socio económico de la ciudadanía milagreña.

La disminución del cultivo de la piña provocará que Milagro pierda su identidad como tierra dulce por su producción de Piñas.

2.4.3 Declaración de Variables

Variables Independientes

Tiempo

Intermediarios

Dinero

Cosecha

Plantadores de piña

Identidad

Variables Dependientes

Producción

Cultivo

Cuantías bajas

Viveros

Siembra

Empresa de derivados de piña

2.4.4 Operacionalización de las Variables

CUADRO #2 Operacionalización de las Variables

VARIABLES	TIPO	DEFINICION	INDICADORES
Intermediarios	Independiente	Es la persona que se encarga de comprarle la mercancía al productor y venderla al consumidor.	Registro de ventas mensuales con un cambio de precios (precios justos).
Tiempo	Independiente	Es cuanto se demora en transcurrir o suceder un evento.	Tiempo que se demora en estar lista para cosechar la piña.
Dinero	Independiente	Es un medio de intercambio, y sirve para comprar todo tipo de bienes o servicios.	Agricultores que invierten dinero en el cultivo de piña.
Cosecha	Independiente	La cosecha se refiere a la recolección de los frutos, de los campos en la época del año en que están maduros.	Cantidad de frutas obtenidas de una siembra.
Plantadores de piña	Independiente	Se aplica a la persona que pone o mete en tierra una planta o una semilla.	Agricultores que actualmente siembran piña.
Identidad	Independiente	La identidad es el conjunto de los rasgos propios de una comunidad.	Personas que identifican a Milagro como tierra de las piñas.
Producción	Dependientes	Es el resultado de sembrar o producir algún bien o artículo.	Magnitud de los sembríos de piña en el sector banco

			de arena.
Cultivo	Dependientes	Es una actividad por medio de la cual se siembra un microorganismo y se desarrolla en el medio adecuado.	Verificación de la producción de piña en la localidad.
Cuantías bajas	Dependientes	Obtener un bajo rendimiento monetario de un negocio.	Ingreso de los agricultores.
Viveros	Dependientes	Es una instalación agronómica donde se cultivan, todo tipo de plantas.	Terrenos empleados para la implementación de viveros.
Siembra	Dependiente	Arrojar y esparcir semillas en la tierra que está preparada para tal fin, o hacer algo que dará fruto.	Cantidad de semillas que siembran los agricultores.
Empresa de derivados de piña	Dependiente	Está integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes.	Entidades dedicadas a la producción de derivados de frutas en Milagro.

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Explicativa.- Es aquella que trata de expresar, instituir y explicar las relaciones causalmente funcionales que existen entre las variables estudiadas, y sirve para explicar cómo, cuándo, dónde y por qué ocurre un fenómeno social. Este tipo de estudio busca una explicación de los hechos, estableciendo relaciones de causa-efecto. Es explicativa porque vamos a mencionar como es el proceso y estudio de la fruta, y también porque vamos a explicar cómo serían los diferentes procesos para elaborar los diferentes derivados de la piña.

Investigación Aplicada.- Es el uso de los conocimientos en la práctica, para aplicarse en la mayoría de los argumentos, en provecho de la sociedad.

Investigación Descriptiva.- El objetivo de esta investigación consiste en llegar a conocer los escenarios, tradiciones y actitudes predominantes a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas. Es descriptiva porque con toda la información recaudada vamos a conocer e identificar las características en el estudio del problema.

Investigación Correlacional.- Estudia la correlación entre dos variables: las dependientes y las independientes. Esta se aplicará en las hipótesis.

Investigación Bibliográfica.- La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo? Es bibliográfica porque nos ayudaremos con textos e información de libros, ensayos y tesis ya existentes.

Investigación de Campo.- Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El ambiente es natural porque el investigador convive con las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas. Porque utilizaremos la técnica de la encuesta.

Investigación Cuasi-Experimental.- Aplicaremos esta investigación en las encuestas que realizaremos a los productores de piña y personas relacionadas con la comercialización del mismo.

Investigación Cuantitativa.- Acumula información empírica de cosas objetivas es decir que se pueden contar, pesar o medir y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado. En la encuesta también utilizaremos este tipo de investigación porque una vez obtenidos los datos se tabularan para corroborar las hipótesis.

Investigación Cualitativa.- Este tipo de investigación recoge información de carácter subjetivo, es decir, que no se percibe por los sentidos, como el cariño, la afición, los valores, aspectos culturales, etc. Por lo que sus deducciones se convierten en ideas o conceptos, pero en la más alta precisión o fidelidad posible con la realidad investigada. Este tipo de investigación la aplicaremos en las conclusiones y el análisis. Para la interpretación de los datos.

Investigación Histórica.-Se relaciona con la experiencia pasada; sino también con las ciencias de la naturaleza, con el derecho, la medicina o cualquier otra disciplina científica. Esta será aplicada en los antecedentes históricos y referenciales porque que es un recuento de lo que ha sucedido en el pasado referente a la fruta en la investigación.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población establecida para las encuestas y las entrevistas corresponden a los agricultores y comerciantes del Cantón Milagro que conforman un total de 14624 personas (datos tomados del censo 2011 por el INEC).

3.2.2 Delimitación de la población

La población en que nos enfocaremos para el estudio del proyecto es finita, va a estar dirigida a los consumidores y agricultores de piña y estos serán mayores de 18 años en adelante y en especial a las personas dedicadas a hacer las compras de los hogares, que estén ubicados el sector rural y en el área comercial del Cantón Milagro.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se seleccionará para el proyecto es la no probabilística porque se condensará a los individuos en este caso los consumidores y productores dedicados al cultivo, venta y consumo de la piña.

3.2.4 Tamaño de la muestra

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

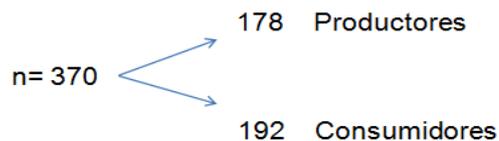
$$n = \frac{9689*(0,5)*(0,5)}{\frac{(9689-1)*(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,5*0,5}$$

$$n = 370$$

3.2.5 Proceso de selección

Productores	4.676	⇒	48%
Consumidores	5.013	⇒	52%

El total de la muestra es de:



En el proceso de selección hemos determinado utilizar el procedimiento de muestras por cuotas debido a que se estableció escoger el muestro no probabilístico.

3.3 LOS METODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Histórico- Lógico

“El método histórico lógico estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en su devenir histórico. Lo lógico y lo histórico se encuentran en una unidad dialéctica que incluyen el elemento de contradicción”.⁴

Es aplicado en los antecedentes históricos y en la lógica que tiene la información histórica utilizada como guía para la realización del proyecto.

Analítico-Sintético

El análisis es descomponer un todo en sus partes y cualidades. Es desintegrar un objeto en sus múltiples relaciones y componentes. **La síntesis** es la reproducción minuciosa de toda la información recopilada del análisis. Este se aplicará en la recopilación de todos los datos obtenidos en las encuestas, y en la interpretación de los mismos.

⁴<http://www.eumed.net/libros/2007c/306/metodos%20generales%20de%20la%20investigacion%20cientifica.htm>. BIJARRO, Francisco. Desarrollo Estratégico para la Investigación científica.

Inductivo-Deductivo

El término **inductivo** es el que va de lo particular a lo general es aquel que de casos particulares permite llegar a conclusiones generales. El método **deductivo** es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos y que por medio del razonamiento lógico pueden deducirse varias suposiciones. Este método lo aplicaremos en las hipótesis para llegar a las conclusiones.

Hipotético- Deductivo

El método deductivo es el que va de lo general a lo particular. Utilizaremos este método porque primero se formula la hipótesis y después, a partir de derivaciones lógicas deductivas, se llega a conclusiones particulares.

3.3.2 Métodos Empíricos

El método empírico fundamental a utilizarse es la observación la cual consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso y tomar toda la información posible y registrarla para posteriormente realizar un análisis.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Los métodos empíricos complementarios a utilizarse son la encuesta y la entrevista que nos ayudará a obtener mejores resultados en la investigación.

La entrevista es un diálogo que se realiza entre dos personas (el entrevistador y el entrevistado) y que permitirá obtener datos que de otro modo serían muy difíciles de conseguir ya que los criterios de las personas entrevistadas interesan y son de gran importancia en la investigación.

3.4 Propuesta de procesamiento estadístico de la información.

Los datos obtenidos serán tabulados en el programa EXCEL y vamos a presentar los resultados de las encuestas en gráficos de pastel, con los cuadros respectivos de las preguntas tabuladas y el análisis correspondiente.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

El instrumento empleado en el trabajo de campo consistió en la ejecución de las encuestas que a su vez constaban de diez preguntas dirigidos a los productores involucrados en la agroindustria y de la misma condición a los consumidores, la cual nos ha permitido adquirir conocimientos esenciales que será de gran ayuda para sustentar y defender la propuesta de la Implementación de una fábrica procesadora del jugo de la piña en la zona de Milagro. Por otra parte, tenemos la seguridad que la información recabada es óptima y real debido a que las respuestas han sido claras y precisas de parte de las personas encuestadas.

La información que presentaremos será de forma organizada, los primeros resultados presentados serán de los consumidores y posteriormente de los agricultores, consolidados en cuadros y gráficos respectivamente, la encuesta se llevó a cabo a la población económicamente activa (PEA) tanto como a hombres y mujeres mayores de edad del Cantón Milagro.

Encuesta dirigida a los consumidores de piña:

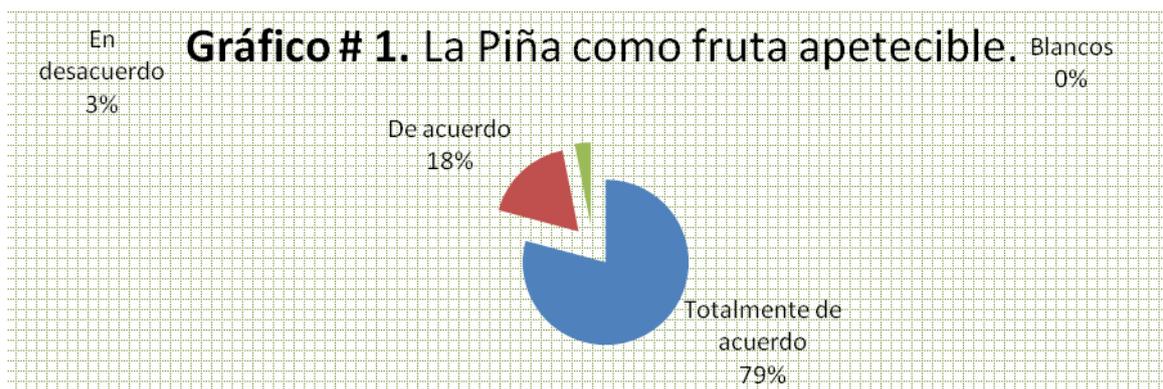
PREGUNTA: # 1

¿Considera Usted que la Piña es una fruta apetecible para la comunidad milagreña en general?

CUADRO # 3. La Piña Como Fruta Apetecida.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	152	79%
De acuerdo	34	18%
En desacuerdo	6	3%
Blancos	0	0%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 79% de los encuestados en la comunidad milagreña consideran que la piña es una fruta apetecible, es decir de 192 encuestados 152 están totalmente de acuerdo y el 3% es decir 6 personas están en desacuerdo con esta pregunta.

Interpretación: Debido a que el sabor de esta fruta es exquisito al paladar de la mayoría de las personas hemos obtenido unas respuestas favorables que nos demuestran aceptación, comprobando que de acuerdo con la muestra escogida para el estudio, la comunidad milagreña apetece la piña por lo tanto también les gustará el jugo de piña.

PREGUNTA: # 2

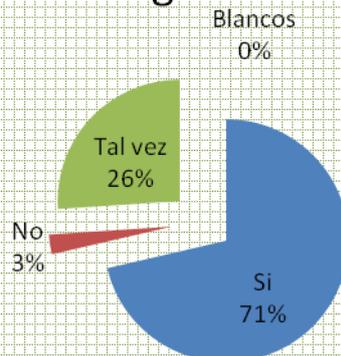
¿Cree usted que la piña es una de los frutos que representa la cultura y simbología ancestral y actual de Milagro?

CUADRO # 4. La Piña representante de la cultura y simbología de Milagro.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	137	71%
No	5	3%
Tal vez	50	26%
Blancos	0	0%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 2. La piña representante de la cultura y simbología de Milagro.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: La piña es considerada por el 71% de la ciudadanía como uno de los frutos simbólicos, ancestrales y actuales de Milagro.

Interpretación: La producción de piña actualmente no está en un auge abundante es por eso que el propósito del proyecto es aumentar la producción de piña demandando este producto de manera cuantiosa por medio de la fábrica que solo comprará el producto a los agricultores milagreños.

PREGUNTA: # 3

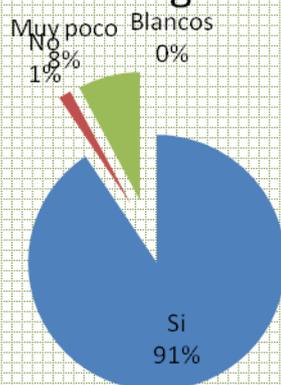
¿A usted le gusta consumir la piña?

CUADRO # 5. A usted le gusta consumir piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	174	91%
No	3	1%
Muy poco	15	8%
Blancos	0	0%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 3. A usted le gusta consumir piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: A 174 personas de las 192 encuestadas es decir al 91% de los milagreños les gusta consumir piña, ya sea por su sabor por sus bondades y beneficios, etc..., las consumen en sus diversas formas ya sea en forma natural rodajas, conservas y jugos.

Interpretación: Esta es una buena aceptación ya que si les gusta consumir piña también consumirá un producto nuevo de buena calidad como el jugo.

PREGUNTA: # 4

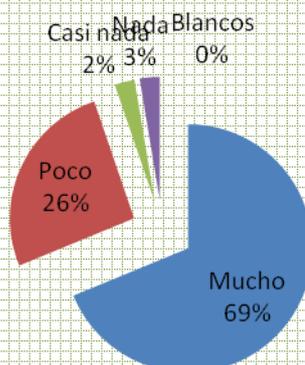
¿Con qué frecuencia usted consume piña?

CUADRO # 6. Frecuencia con que usted consume piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Mucho	132	69%
Poco	50	26%
Casi nada	5	2%
Nada	5	3%
Blancos	0	0%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 4. Frecuencia con que usted consume piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: De cada 100 personas 69 consumen mucho la piña, el 26% consume poco, el 2% casi nada y el 3% nada, es decir que es un producto que tiene mucha acogida en la localidad.

Interpretación: Tan solo 5 de cada 100 personas no consumen nada de piña, además el producto se mostrará en una presentación de jugo que es muy refrescante para las personas.

PREGUNTA: # 5

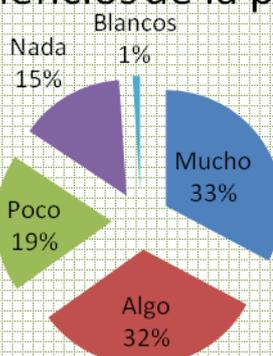
¿Conoce usted las propiedades y beneficios de la piña?

CUADRO # 7. Conoce las propiedades y beneficios de la piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Mucho	63	33%
Algo	62	32%
Poco	37	19%
Nada	28	15%
Blancos	2	1%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 5. Conoce las propiedades y beneficios de la piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: De cada 100 personas 33 conocen mucho, 32 algo, 19 poco, 15 nada y el 1% dejó en blanco esta pregunta.

Interpretación: En el empaque del producto podrían ir resaltadas las propiedades y beneficios de la piña para que las personas sepan qué clase de producto están consumiendo y en que los favorecerá, de esta manera lo prefieran en mayores cantidades por los beneficios que este les pueda traer.

PREGUNTA: # 6

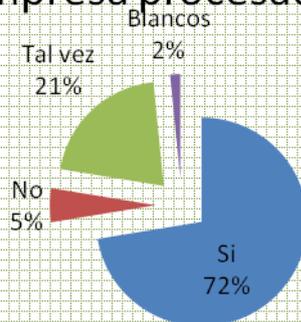
¿Estaría de acuerdo que en el cantón Milagro exista una empresa dedicada a procesar la piña y obtener derivados?

CUADRO # 8. Está de acuerdo con la existencia de una empresa Procesadora de piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	139	72%
No	10	5%
Tal vez	40	21%
Blancos	3	2%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 6. Esta de acuerdo con la existencia de una empresa procesadora de piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 72% de los milagreños contestaron con un sí a esta pregunta mientras que el 21% contestó que tal vez y un 5% contestó no de cada 100 milagreños 72 están de acuerdo con la empresa procesadora de piña.

Interpretación: Se llega a la conclusión de implementar la fábrica con el acuerdo de la comunidad milagreña teniendo como motivación y referencia que a los milagreños les gusta y consumen mucho la piña.

PREGUNTA: # 7

¿En caso de existir esta empresa de derivados (jugos) de piña con qué frecuencia consumiría este producto?

CUADRO # 9. Con que frecuencia consumiría este jugo.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Con mucha frecuencia	63	33%
3 veces a la semana	50	26%
1 vez a la semana	43	22%
1 vez al mes	25	13%
No lo consumiría nunca	6	3%
Blancos	5	3%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 7. Con que frecuencia consumiría este jugo.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: 33 de cada 100 personas lo consumiría con mucha frecuencia, 26 personas 3 veces a la semana, 22 una vez a la semana, 13 una vez al mes, 3 no lo consumirían nunca y 3 dejaron en blanco esta pregunta.

Interpretación: Se concluye que al mes se tendría una buena venta del producto con cantidades muy buenas porque las personas lo consumirían mucho en este transcurso de tiempo, elaborando cantidades que estén acordes con la demanda de los consumidores.

PREGUNTA: # 8

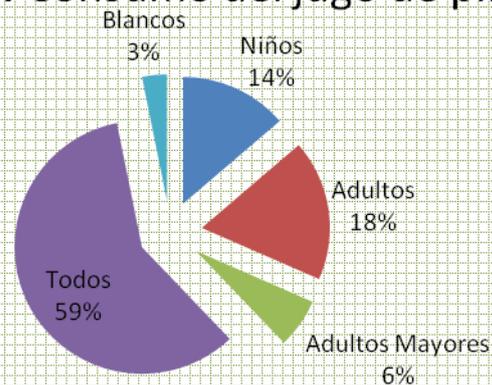
¿En caso de producirse el jugo de piña quienes en su hogar cree usted que lo consumirían más?

CUADRO # 10. Consumo del jugo de piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Niños	13	14%
Adultos	17	18%
Adultos Mayores	6	6%
Todos	56	59%
Blancos	3	3%
	95	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfica # 8. Consumo del jugo de piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: 59 De cada 100 personas piensan que todos en el hogar consumirían este producto puesto que es un producto sano, nutritivo y refrescante.

Interpretación: Pueden tener acceso a este producto niños, jóvenes, adultos y adultos mayores por sus bondades y beneficios e incluso de les puede enviar a los niños en las loncheras para ser consumido como producto sano en su receso y utilizarse en la alimentación diaria de las familias milagreñas.

PREGUNTA: # 9

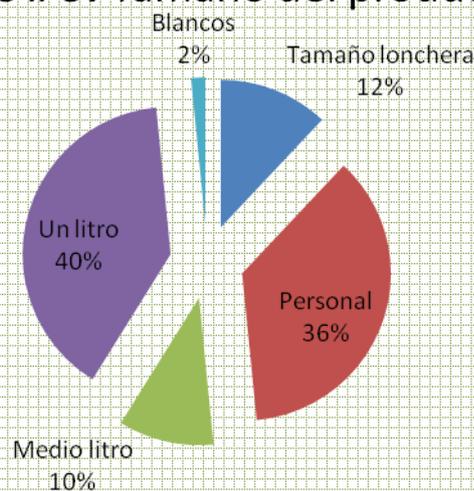
¿En qué tamaño de presentación le gustaría consumir el producto?

CUADRO # 11. Tamaño del producto.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Tamaño lonchera	23	12%
Personal	70	36%
Medio litro	20	10%
Un litro	76	40%
Blancos	3	2%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 9. Tamaño del producto.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 12% de los encuestados piensa que la presentación tiene que ser tamaño lonchera, el 36% personal, el 10% de medio litro, el 40% de un litro y el 2% no respondió nada.

Interpretación: La presentación del jugo de piña podrá tener varias presentaciones para cumplir con los gustos y preferencias de los consumidores, las presentaciones serán de un litro y personal.

PREGUNTA: # 10

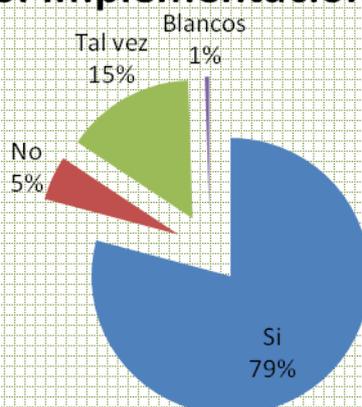
¿Cree usted que al crearse e implementarse la fábrica procesadora de piña, se generarían fuentes de empleo y a la vez mejoraría el nivel socio económico del agricultor milagreño?

CUADRO # 12. Implementación de la fábrica.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	152	79%
No	10	5%
Tal vez	29	15%
Blancos	1	1%
	192	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 10. Implementación de la fábrica.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 79% de la comunidad piensa que si mejoraría el nivel del agricultor mientras que el 15% piensa que tal vez.

Interpretación: De hecho si mejoraría el nivel del agricultor, porque al implementarse la fábrica se generarían fuentes de trabajo y al comprar la producción a los agricultores obtendrían ganancias sustanciales mejorando así el nivel socio económico de las personas.

Encuesta dirigida a los Agricultores de piña:

PREGUNTA: # 1

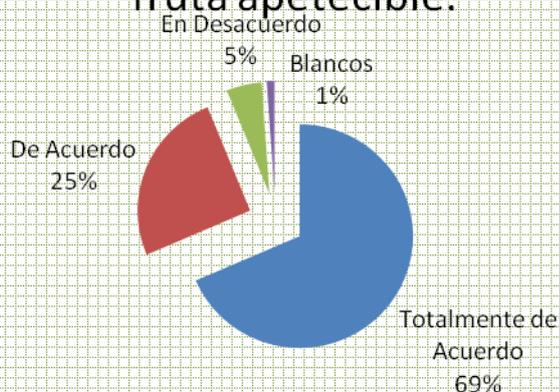
¿Considera Usted que la Piña es una fruta apetecible para la comunidad milagreña en general?

CUADRO # 13. Considera usted que la piña es una fruta apetecible.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Totalmente de Acuerdo	122	69%
De Acuerdo	45	25%
En Desacuerdo	9	5%
Blancos	2	1%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 11. Considera usted que la piña es una fruta apetecible.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 69% de los agricultores milagreños consideran que la piña es una fruta apetecible, es decir de 122 encuestados 178 están totalmente de acuerdo y el 5% es decir 9 personas están en desacuerdo con esta pregunta.

Interpretación: Debido a que el sabor de esta esta fruta es exquisito al paladar de las personas hemos tenido unas respuestas favorables mostrando aceptación, comprobando que de acuerdo con la muestra escogida para el estudio, que los agricultores milagreños consideran a la piña como apetecible.

PREGUNTA: # 2

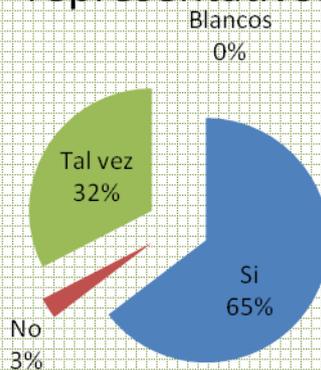
¿Cree Usted que la Piña es uno de los frutos que representa la cultura y simbología ancestral y actual de Milagro?

CUADRO # 14. La piña es un fruto representativo.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	115	65%
No	5	3%
Tal vez	58	32%
Blancos	0	0%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico #12. La piña es un fruto representativo.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: La piña es considerada por el 65% de los agricultores como uno de los frutos simbólicos, ancestrales y actuales de Milagro.

Interpretación: La producción de piña actualmente no está en un auge abundante es por eso que el propósito del proyecto es aumentar la producción de piña demandando este producto a los sembradores de piña de manera cuantiosa por medio de la fábrica que solo comprará el producto a los agricultores milagreños.

PREGUNTA: # 3

Considera Usted que actualmente la producción de Piña:

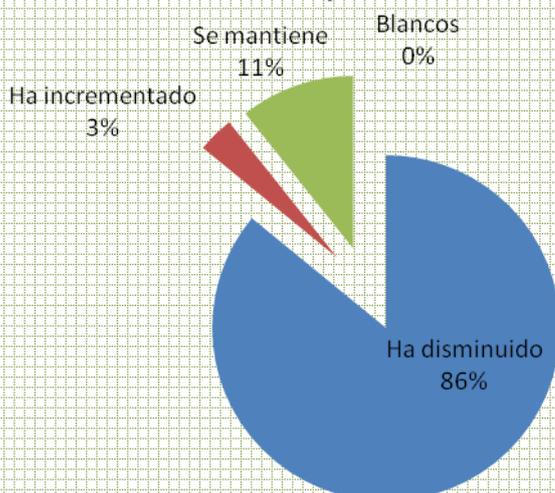
CUADRO # 15. La producción de piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Ha disminuido	153	86%
Ha incrementado	6	3%
Se mantiene	19	11%
Blancos	0	0%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 13. La producción de piña.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: Un 86% de los agricultores piensa que ha disminuido, el 11% que se mantiene y el 3% que ha incrementado.

Interpretación: Está comprobado que la producción de piña ha disminuido de manera sustancial en comparación con los registros de producción de los años anteriores, la manera de volver a incrementar la producción es demandando más el producto y esto lo lograremos implementando la fábrica.

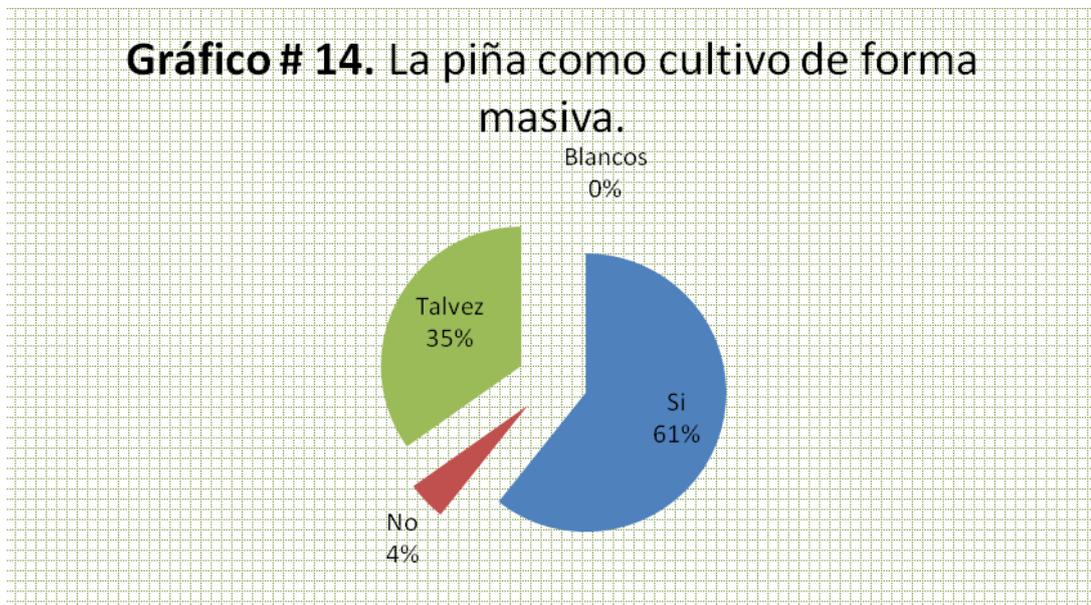
PREGUNTA: # 4

¿Usted considera que la Piña debería volver a cultivarse de forma masiva?

CUADRO # 16. La piña como cultivo de forma masiva.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	108	61%
No	8	4%
Tal vez	62	35%
Blancos	0	0%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: 61 de 100 personas consideran que SI, 35 de 100 TAL VEZ y 4 de 100 que NO debería volver a cultivarse piña de forma masiva.

Interpretación: La mayoría de los agricultores consideran que se debe volver a cultivar piña en abundancia para recuperar la fama de ciudad Piñera ganada con mucho esfuerzo por nuestros antepasados al sembrar grandes extensiones de tierras con piñas.

PREGUNTA: # 5

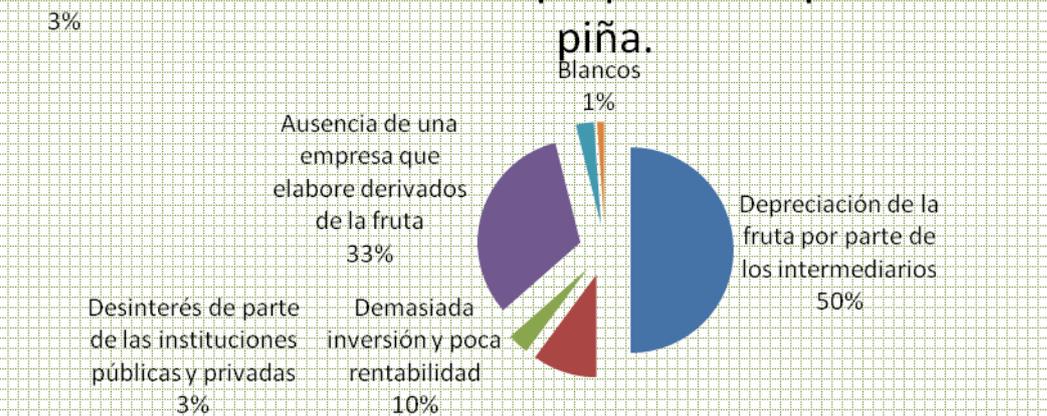
¿Cuál considera Usted que es el principal problema para que se desista de cultivar Piña?

CUADRO # 17. Principal problema para cultivar piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Depreciación de la fruta por parte de los intermediarios	89	50%
Demasiada inversión y poca rentabilidad	18	10%
Desinterés de parte de las instituciones públicas y privadas	6	3%
Ausencia de una empresa que elabore derivados de la fruta	58	33%
Todas las anteriores	5	3%
Blancos	2	1%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 15. Principal problema para cultivar piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: La depreciación de la fruta por parte de los intermediarios es el principal problema para que se desista de cultivar la piña habiendo escogido esta alternativa un 32% de los agricultores, seguida de la alternativa de la ausencia de empresas en la localidad con un 27%.

Interpretación: Con esto apreciamos que si no hay intermediarios que es lo que les estamos proponiendo a estas personas por medio de la fábrica mejoraría el precio de la fruta recibiendo así un pago justo por esta materia prima.

PREGUNTA: # 6

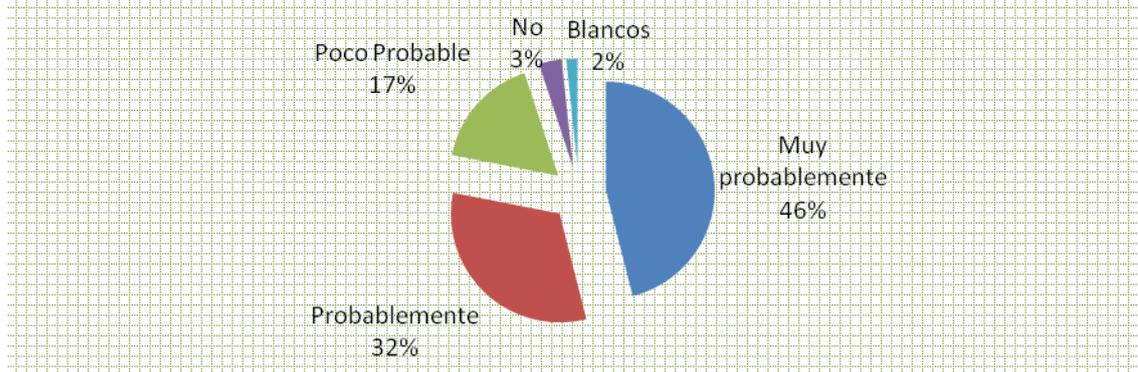
¿En caso de existir apoyo del Ministerio de Agricultura y entidades financieras retomaría o incrementaría la actividad del cultivo de la Piña?

CUADRO # 18. Retomaría o incrementaría el cultivo de piña.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Muy probablemente	82	46%
Probablemente	57	32%
Poco Probable	30	17%
No	6	3%
Blancos	3	2%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 16. Retomaría o incrementaría el cultivo de piña.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: De acuerdo con el 46% de los agricultores encuestados, sería muy probable que si tienen el apoyo de entidades financieras retomen o incrementen esta actividad, un 32% contestó probablemente.

Interpretación: Podríamos gestionar nosotros como empresa la posibilidad de negociar un apoyo de las entidades ya sea el Ministerio de Agricultura o Entidades Financieras para lograr un apoyo económico a estas personas para que puedan tener una mejor producción y proveer mejor a la empresa.

PREGUNTA: # 7

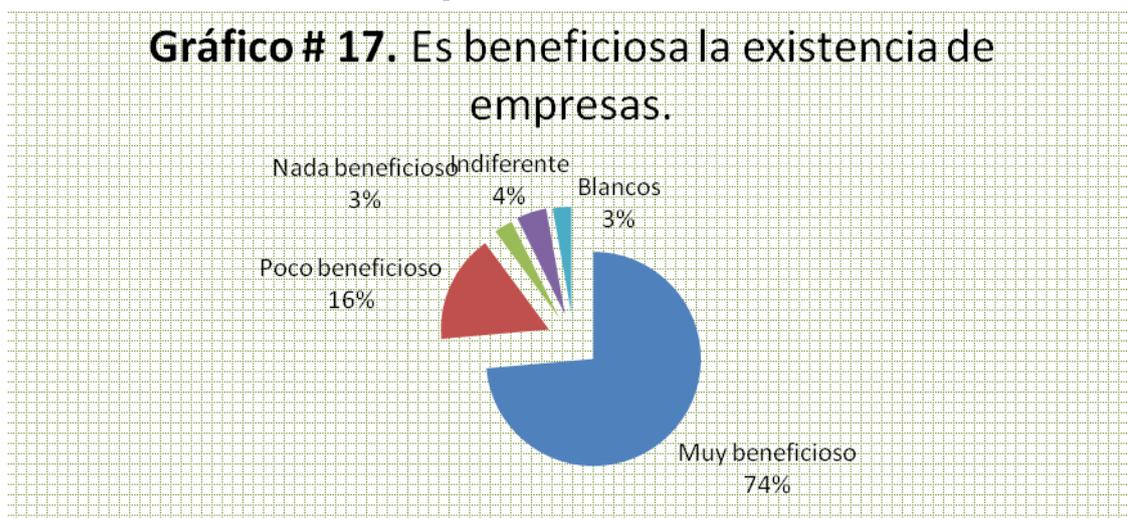
¿Considera beneficioso para el sector agrícola la existencia de empresas que se dediquen a elaborar productos derivados de la Piña?

CUADRO # 19. Es beneficiosa la existencia de empresas.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Muy beneficioso	131	74%
Poco beneficioso	29	16%
Nada beneficioso	5	3%
Indiferente	8	4%
Blancos	5	3%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 17. Es beneficiosa la existencia de empresas.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: Los agricultores encuestados en un 74% consideran que es muy beneficioso porque este sector era Piñero por excelencia y podríamos retomar o incentivar esta actividad, aunque un 16% de los agricultores dijo que era poco beneficioso.

Interpretación: La idea es muy bien acogida por la gran mayoría y traerá muchos beneficios a la comunidad.

PREGUNTA: # 8

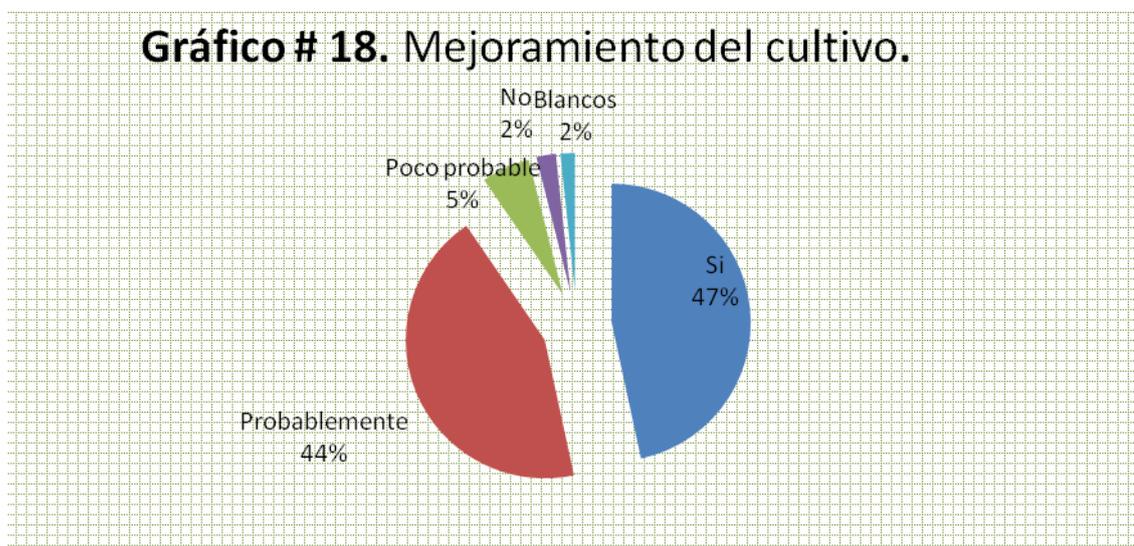
¿Estaría Usted dispuesto a mejorar el cultivo si la empresa así lo requeriría?

CUADRO # 20. Mejoramiento del cultivo.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	83	47%
Probablemente	78	44%
Poco probable	10	5%
No	4	2%
Blancos	3	2%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 18. Mejoramiento del cultivo.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: Si estarán dispuestos en un 47% a mejorar el cultivo para poder proveer así a la empresa de una buena fruta de calidad pero un 44% contestó que probablemente mejoraría el cultivo.

Interpretación: Con la implementación de la empresa se necesitará una fruta de excelente estado para la elaboración de los jugos bajo las normas de calidad requeridas por lo tanto es bueno saber que si contamos con el apoyo de los agricultores de la localidad para la realización de nuestro proyecto.

PREGUNTA: # 9

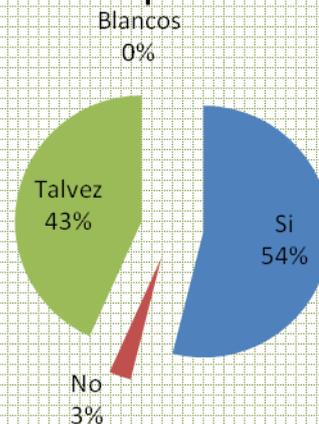
¿A Usted le gustaría tener un cupo para ser proveedor de la empresa que estaría por crearse?

CUADRO # 21. Le gustaría tener un cupo en la empresa.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	96	54%
No	5	3%
Tal vez	77	43%
Blancos	0	0%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 19. Le gustaría tener un cupo en la empresa.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 54% de los agricultores si les gustaría tener un cupo para ser proveedores en esa empresa, el 43% respondió tal vez y el 3% que no.

Interpretación: La mayoría de los agricultores estarían dispuestos a apoyarnos en la fábrica por lo que ya contamos con proveedores para la realización del proyecto.

PREGUNTA: # 10

¿Cree Usted que al crearse e implementarse la fábrica procesadora de Piña, se generarían fuentes de empleo y a vez mejoraría el nivel socio económico del agricultor milagreño?

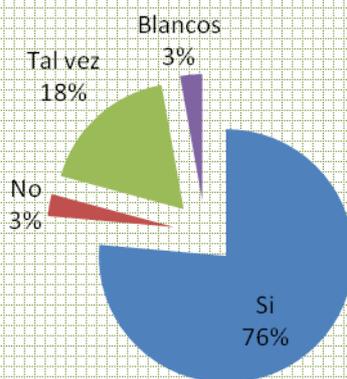
CUADRO # 22. Generación de empleos.

Alternativas	# de Encuestados	Porcentajes
Si	136	76%
No	5	3%
Tal vez	32	18%
Blancos	5	3%
	178	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico # 20. Generación de empleos.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Análisis: El 76% de los agricultores piensa que si mejoraría el nivel del agricultor mientras que el 18% piensa que tal vez.

Interpretación: De hecho si mejoraría porque al implementarse la fábrica se generarían fuentes de trabajo y al comprar la producción a los agricultores obtendrían ganancias sustanciales mejorando así el nivel socio económico de las personas.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Con la información conseguida en el estudio podemos percibir cual es la situación real que presenta la producción de jugo de piña.

Este producto es considerado como un producto nicho, aunque en algunos países de la Unión Europea está ganando renombre es un producto que para poder ser vendido en el mercado exige una gran calidad, de la misma depende el sabor y concentración del producto que es de mucha importancia para los consumidores en especial por los países importadores de este producto.

Análisis Comparativo: Comparando los resultados que hemos obtenido con los resultados de las tesis escogidas, estas nos aportan información que nos es muy útil, por ejemplo que las mujeres consumen en mayor porcentaje que los hombres jugos envasados esta encuesta fue realizada en la ciudad de Guayaquil, en la encuesta realizada para el presente proyecto en la ciudad de Milagro obtuvimos que todos en el hogar consumirían el jugo de piña que también pasaría a formar parte de los jugos envasados.

El 44.3% de los encuestados consumen entre 1 y 4 unidades semanalmente, mientras que el 12.1% consumen entre 5 y 9 unidades semanalmente. Y los datos obtenidos en nuestra encuesta revelan que el 33% lo consumiría con mucha frecuencia, el 26% tres veces a la semana, el 22% una vez a la semana, el 13% una vez al mes. Es decir que estos jugos envasados tienen mucha acogida en especial en la comunidad guayaquileña.

“Esta información nos es de mucha ayuda ya que no estaba contemplada en nuestra encuesta, lo que respecta al lugar de compra los más visitados son los supermercados y las tiendas con un 44% y 32% respectivamente. Luego están los minimarket con el 15.8%, lugares de comida 6.8% y en mercados el 6%. Cuando preguntamos acerca de las razones de compra por la cual consumen estos productos el 51.7% de los encuestados respondieron que el ahorro de tiempo es la principal razón por la cual compran jugos envasados. La costumbre y la familia es la segunda y tercera razón por la que consumen estos productos representan un 15.8% y 13% respectivamente”.⁵

⁵Determinación De Los Costos De Calidad En La Industria De Los Jugos Envasados”

¿Los jugos conservan algunas propiedades vitamínicas de la fruta? el 51.1% contestó estar “Totalmente de acuerdo” y el 25.7% está “De acuerdo” contra un 17% y 6% que están “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo” respectivamente. Podemos comparar esta pregunta con nuestra pregunta ¿Conoce usted las propiedades y beneficios de la piña? Donde tan solo el 33% de la comunidad contestó que Mucho mientras el 32% conoce Algo, y el 19% y 15% conocen Poco y Nada respectivamente.

El envase preferido por los consumidores al momento de comprar los envases de plásticos, los envases no retornables son los preferidos con el 36.8% de aceptación, seguido por los envases tetra pack con un 30.7% y los de vidrio con el 28.5%, con un 4% otros. Esta pregunta ha sido tomada como referencia para saber en qué tipo de envases vamos a distribuir nuestro producto y en las presentaciones mencionadas anteriormente de un litro y tamaño personal o lonchera.

Las personas que mayormente adquieren jugos envasados son las que estudian en un 16.10% y las que estudian y trabajan al mismo tiempo 13%. Comparando esta pregunta con la nuestra que quienes en su hogar consumirían más este producto las contestaciones fueron Todos con un 59%, Adultos con un 18% y Niños con un 14%. Esta pregunta complementada con la otra arroja que TODOS porque los adultos trabajan y los niños estudian y los jóvenes que estudian y trabajan, estos vienen a ser nuestros posibles consumidores y esto es debido al ahorro de tiempo mencionado anteriormente.

Cuando los autores de la tesis tomada como referencia para nuestro estudio consultaron sobre las características más importante que considera el consumidor al elegir un jugo, de entre 7 características, obtuvimos los siguiente resultados, el 38.70% consideran que el precio es determinante al momento de elegir el producto, seguido del sabor con el 27.24%, higiene, 23.22%, olor 5.57%, 1.86% presentación, refrescante y con apenas el 1.55% la marca. Es decir el precio es el principal factor por el cual una persona consume un jugo envasado.

En otros trabajos de investigación que se ha tomado como referencia para comparar este proyecto apreciamos que estas empresas se dedicarán a producir jugo de piña para exportar y que comprarán su producción a los diversos productores de la región, manteniendo contratos firmes y justos con los productores evitando así especulaciones y baja calidad de la materia prima.

Aspira a futuro esta empresa contar con plantaciones propias para evitar los problemas que ocasionan la compra de materia prima y obteniendo el producto a precios más bajos.

Esperan también que exista una integración hacia adelante para poder ofrecer mayores oportunidades de compras, ofertas, etc.

Uno de sus propósitos es el de implementar sucursales en el extranjero evitando así el costo por transporte y pudiendo de esta manera ofrecer el producto a mejores precios.

Otro problema observado aparte del problema de calidad mencionado anteriormente es el de los precios que son muy altos a los que se obtiene el producto, se han presentado casos en los que los precios son bajos pero la calidad del producto es mala. Se menciona, que el jugo de piña en especial orgánica es un producto delicado para procesar el cual necesita un buen sistema de control de calidad para alcanzarlas especificaciones deseadas por los importadores.

Esto influye a que los proveedores sean eliminados desde un principio del mercado por no cumplir con las normas de calidad especificadas para este producto y que son exigidas por los países importadores.

Por otra parte pierden a su clientela por la falta del producto, no alcanzan a cumplir con la demanda por no contar con todas las normas de calidad exigidas, porque no tienen el volumen solicitado o por contar con precios muy elevados.

La actual situación del mercado de jugo de piña de comercio justo muestra que su desarrollo ha sido lento porque no se encuentra producto de buena calidad entre los proveedores. Según expertos, el mercado está con bajo suministro durante un periodo determinado, mientras que en otros periodos se encuentra el producto disponible.

“El problema de esta inestabilidad es sobre todo debido a que la calidad del producto no es constante. Ha habido ejemplos donde se ha iniciado a vender el producto con buena calidad, pero pasado un tiempo la calidad

de jugo va disminuyendo y este se tiene que retirar del mercado. Adicionalmente los problemas logísticos y los pequeños volúmenes de producción que son característicos de los grupos de productores influyen en el mercado”.⁶

Por medio del análisis comparativo se llegó a la conclusión de que nuestro proyecto tendrá acogida debido a que nuestra empresa ha tenido un buen nivel de aceptación por parte de los consumidores y productores de la localidad además estos proyectos están orientados a la exportación de su producción mas no está destinada a cubrir la demanda interna sino más bien externa y lo que les preocupa son las exigencias internacionales y no las nacionales lo que nos deja espacio disponible en el mercado para tratar de abarcarlo en la mayor parte posible.

Este proyecto se está diseñando es con un fin, el de incrementar o rescatar el cultivo de la piña en el área de Milagro por lo que nuestros proveedores van a ser exclusivamente los de la localidad, de esta manera al ofrecer contratos firmes y justos con los proveedores se van a ver incentivados a mejorar su producción y a cubrir la demanda que la empresa les solicite, viéndose obligados a incrementar su producción en un futuro e incluso aquellas personas que han dejado de cultivar podrían retomar si antiguo negocio al ver que se reflejan las ganancias de los demás productores.

Y de esta manera Milagro retomará su fama de Ciudad Piñera al volver a tener los niveles de cultivo establecidos en tiempos antiguos. Para lograr este cometido también se les exigirá a las empresas que los frutos sean de excelente calidad, porque para que la empresa tenga éxito en su producción el producto final tiene que ser de excelente calidad también, la cual se obtendrá de unas frutas sanas, limpias y bien cuidadas.

El producto en su proceso y almacenamiento tendrá un estricto control de calidad y se espera empezar cubriendo lo que es el ámbito local es decir a nivel de Milagro y parroquias aledañas, para continuar en un futuro con la distribución del producto en las ciudades del resto del país.

Cuando la empresa cobre renombre y prestigio estudiaremos las posibilidades de incursionar en el ámbito de las exportaciones a países como Estados

⁶ Mercado De Jugo De Piña Orgánica Comercio Justo

Unidos y Europa, ya que como pudimos apreciar en las investigaciones realizadas estos son fuertes demandantes del producto en especial del jugo concentrado de piña porque que con ellos realizan derivados de este producto.

4.3 RESULTADOS

Encuesta dirigida a los consumidores de piña:

El 79% de los encuestados consideran que la piña es una fruta apetecible para el paladar es decir a los milagreños en su mayoría les apetece comer piña y porque no les agradaría un succulento jugo de esta fruta tropical, además la piña representa la simbología ancestral y actual de milagro esta corroborado por el 71% de la ciudadanía milagreña que contesto afirmativo cuando les preguntamos si estaban de acuerdo, el 91% de la ciudadanía consume piña en sus diversas presentaciones y una de ellas en su mayoría es el jugo y de cada 100 personas 69 consumen el jugo de piña con mucha frecuencia y 5 de cada 100 no consumen nada pero esta es una minoría que no afectará mayormente a la demanda de nuestro producto.

Pero las personas no conocen mucho de las bondades y beneficios de la piña tan solo 33 de 100 personas las conocen esto quiere decir que si en la etiqueta del envase ponemos las propiedades de la fruta y como elaboramos el producto la gente se concientizará de que es un producto elaborado lo más naturalmente posible y lo consumirá en mayores cantidades.

La comunidad milagreña en un 72% están de acuerdo con que en la ciudad de milagro exista una fábrica procesadora de piña ya que de esta manera ellos contarían con demandantes de sus frutas y a la vez recibirán precios justos por las mismas, y estos mismos agricultores serían los demandantes de los productos terminados es decir de los jugos ya que en el mes tendrá una acogida abundante según las encuestas realizadas además 59 de cada 100 personas piensan que el jugo seria consumido por todos en el hogar y en presentaciones de un litro y personal. De esta manera el 79% de las personas piensan que se incrementarán las fuentes de empleo y que mejorará el nivel socio económico del agricultor milagreño.

Encuesta dirigida a los agricultores de piña:

Los agricultores también consideran que la piña es una fruta apetecible es por ello que el 69% de ellos contesto afirmativa esta pregunta y el 65% de ellos opina que la piña es y será uno de los frutos que representa la simbología ancestral y actual de Milagro, pero la producción de piña en los últimos años ha disminuido lo que ha sido corroborado por el 86% de los agricultores es por ello que consideran que la piña debe volver a cultivarse de forma masiva opina el 61de cada 100 agricultores. La depreciación de la fruta por parte de los intermediarios es el principal problema para que se desista de cultivar la piña habiendo escogido esta alternativa un 32% de los agricultores, seguida de la alternativa de la ausencia de empresas en la localidad con un 27%. Con esto apreciamos que si no hay intermediarios que es lo que les estamos proponiendo a estas personas por medio de la fábrica mejoraría el precio de la fruta recibiendo así un pago justo por esta materia prima.

De acuerdo con el 46% de los agricultores encuestados, sería muy probable que si tienen el apoyo de entidades financieras retomen o incrementen esta actividad, un 32% contesto probablemente. Por lo que en lo posible podríamos gestionar nosotros como empresa la posibilidad de negociar un apoyo de las entidades ya sea el Ministerio de Agricultura o Entidades Financieras para lograr un apoyo económico a estas personas para que puedan tener una mejor producción y proveer mejor a la empresa. El 74% de los agricultores piensan que pueden retomar o incrementar esta actividad y un 47% a mejorar el cultivo para poder proveer así a la empresa de una buena fruta de calidad pero un 44% contesto que probablemente mejoraría el cultivo. El 54% de los agricultores si les gustaría tener un cupo para ser proveedores en esa empresa, el 43% respondió tal vez y el 3% que no. La mayoría de los agricultores estarían dispuestos a apoyarnos en la fábrica por lo que ya contamos con proveedores para la realización del proyecto. El 76% de los agricultores piensa que si mejoraría el nivel del agricultor mientras que el 18% piensa que tal vez. De hecho si mejoraría porque al implementarse la fábrica se generarían fuentes de trabajo y al comprar la producción a los agricultores obtendrían ganancias sustanciales mejorando así el nivel socio económico de las personas.

Cuadro # 23.**4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

	HIPOTESIS	VERIFICACION
1	La implementación de una fábrica que se dedique a producir derivados de piña provocará que la producción de esta fruta aumente.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 5 y 8 de las encuestas realizadas a los agricultores.
2	Los intermediarios que le ofrecen a los agricultores cuantías muy bajas por sus frutos ocasionan que los plantadores de Piña abandonen la siembra de la misma.	Esta hipótesis también es comprobada en la pregunta 5 de las encuestas realizadas a los agricultores.
3	La implementación de una empresa dedicada a producir derivados de piña, generará que los agricultores milagreños vendan toda su cosecha aumentando la dimensión de su producción.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 4, 6, 7 y 9 de las encuestas realizadas a los agricultores.
4	El apoyo del Ministerio de Agricultura y de Entidades financieras incentivará a los agricultores a que retomen o aumenten su producción de piña.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 6 de las encuestas realizadas a los agricultores.
5	La existencia de una empresa que se dedique a elaborar productos derivados de la piña reordenará el nivel socio económico de la ciudadanía milagreña creando nuevas fuentes de empleo para la comunidad.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 10 de las encuestas realizadas a los consumidores y agricultores.
6	La disminución del cultivo de la piña provocará que Milagro pierda su identidad como tierra dulce por su producción de Piñas.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 2 y 3 de las encuestas realizadas a los consumidores y agricultores.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

CAPITULO V

PROPUESTA

Milagro es una ciudad eminentemente agrícola en donde se siembra una gran variedad de frutas tropicales en donde el cultivo de la piña se ha considerado como simbología y cultura ancestral del Cantón.

En las últimas décadas la producción de jugos envasados ha mantenido una considerable tendencia de crecimiento en el mercado nacional, actualmente existen pocos productores que procesan esta fruta en jugos y concentrados y si lo hacen lo realizan de manera artesanal y lo venden a la comunidad.

En nuestro medio se habla de calidad, de mantener un mejor estilo de vida y de salud, esta fruta pueden incluirla en su alimentación sin ningún problema debido a su alto contenido en vitaminas C, la piña posee de la misma manera cantidades inferiores de vitamina B1 y B6, que muchas personas desconocen y que sirve de gran ayuda a un mejor funcionamiento del organismo.

Nuestro país precisa de la búsqueda de nuevas fuentes de empleo a falta de la escasez de acciones lucrativas por parte de los sectores productivos ya establecidos. La implementación de una fábrica que procese jugos de la piña no solo elevara el nivel socio económico de la ciudad sino también del país y de que mejor manera es innovando una fruta que es icono representativo de la comunidad milagreña.

5.1 TEMA

Implementar una fábrica dedicada a la elaboración de jugos de la piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Aditivos químicos: Son sustancias que se incrementan en los alimentos como (embutidos, envasados, enlatados) para mejorar su presentación y demás cualidades en sabor, aromas, y color para así incrementar el período de conservación.

Ácido cítrico: El ácido cítrico es un ácido orgánico tricarbónico que está presente en la mayoría de las frutas, como el limón y la naranja. Es un buen conservante natural que se añade industrialmente como aditivo en el envasado de muchos alimentos.

Análisis: Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, y obtener conclusiones objetivas del todo.

Calidad.- Se podría definir como el conjunto de características de un producto o servicio que tiene la habilidad de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Capacitación.- Dentro de una organización, se busca que los empleados adquieran nuevas destrezas, conocimientos y habilidades que los ayude a aumentar su productividad en el desarrollo de las actividades asignadas.

Carbón activado: Es un término que denomina a toda una gama de productos derivados de materiales carbonosos. Se utiliza en la extracción de metales, la purificación del agua tanto para la potabilización a nivel público como doméstico.

Cargo: Conjunto de tareas y compromisos que constituyen el trabajo asignado a un solo empleado.

Cliente.- Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere de forma voluntaria bienes o servicios que necesita o desea para sí mismo, es el motivo

principal por el que se crean, producen, fabrican y se comercializan productos y servicios.

Control de Calidad: El control de calidad trata de garantizar el logro de los objetivos de calidad del trabajo respecto a la realización del nivel de calidad previsto para la producción y la reducción de los costos.

Eficacia: Indicador del logro de los objetivos de las metas propuestas por unidad de tiempo.

Eficiencia: Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo.

Estrategia: En un proceso conmensurable; es el conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento, por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones.

Estudio de Mercado: Es el diseño, recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico.

Empacado: El empacado es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una eficaz herramienta de promoción y venta.

Filtración: Se denomina filtración al proceso de separación de sólidos en suspensión en un líquido mediante un medio poroso, que retiene y permite el pasaje del líquido.

Foda: Técnica de evaluación de potencialidades, los riesgos organizacionales y personales, respecto a la toma de decisiones y al medio que afecta. Significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Gerencia: Función mediante la cual las empresas y el Estado logran sus resultados para satisfacer demandas.

Hipótesis: Propuesta comparable que describe la relación que puede existir entre dos eventos.

Homogenizado: La homogeneización es un término que implica un proceso por el que se hace una mezcla de las sustancias, en la tecnología de los alimentos se entiende que se realiza una mejora en la calidad final del producto.

Jarabe filtrado: Líquido generalmente espeso y dulce que pasa por un proceso de filtros en donde se mejora su composición de azúcar cocido en agua y zumos refrescantes o sustancias.

Manual de Funciones: Documento similar al Manual de Organización el cual contiene información válida y especificada sobre las funciones y productos departamentales de una organización.

Marketing.- El marketing es un sistema de actividades ideados para planear productos satisfactorios, y asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.

Medio Ambiente: Contexto físico y social en el que funciona un sistema (organización, persona, o grupo).

Mercado.- El mercado es aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma ya sea en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos.

Misión: Propósito que persigue en forma permanente o semipermanente una organización, un área o un departamento.

Norma Iso-9000: Norma aprobada por COVENIN el 24 de enero de 1990, la cual contempla un método cuantitativo para determinar la capacidad de una empresa para producir en forma constante productos de calidad.

Objetivo Específico: Es la especificación de una parte del objetivo general. El conjunto de objetivos específicos logran el objetivo general.

Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura de una organización, indica la división especializada del trabajo y niveles jerárquicos de autoridad.

Organización: Es un grupo relativamente estable de personas en un sistema estructurado y en evolución cuyos esfuerzos coordinados tienen por objeto alcanzar metas en un ambiente emprendedor.

Pasteurizado: Es el proceso térmico realizado a líquidos con el objeto de reducir los agentes patógenos que puedan contener: bacterias, mohos y levaduras, etc.

Preservante: Es un aditivo químico que se añade a los alimentos y bebidas de manera que evite deterioro de los productos después de su adquisición y antes de su consumo.

Presupuesto: Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización, demostrándose en determinadas clasificaciones.

Producto: Es un bien o servicio, sea este tangible o intangible, a que conduce una actividad realizada.

Programa: Conjunto de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio, con determinados recursos. Sus resultados son "servicios".

Proyecto: Conjunto de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".

Recursos: Son los medios que se utilizan para realizar las actividades. Por lo general son seis: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.

Rinseadas: Antes del proceso de llenado de los envases sean estos de vidrio o de plásticos, deben someterse a un rinseado, que no es más que el lavado de los envases que se utilizarán, este puede ser un lavado con agua que contenga 3 ppm

(partes por millón) de cloro o agua caliente. La temperatura del agua para rinsear envases plásticos debe ser de 50°C a 60° C y de 90° C en los envases de vidrio.

Talento Humano: Acumulación previa de inversiones en educación, formación en el trabajo, salud y otros factores que elevan la productividad laboral.

Tecnología.- Tecnología es el conjunto de sapiencias, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la acomodación a los cambios constantes del medio y satisfacer tanto las necesidades esenciales como las aspiraciones de las personas.

Valores: Conjunto de convicciones que posee una persona; el tipo de conducta que les acompaña, y la importancia de las disciplinas para esa persona.

Visión: Una percepción clara del futuro de una organización.

5.3 JUSTIFICACIÓN

En el mercado milagreño no se está realizando una elaboración de procesamiento, empaque y distribución de jugo de piña, esta fruta contiene altos nutrientes y vitaminas esenciales para el cuerpo, y que puede ser consumida por los niños y adultos. La ciudadanía está de acuerdo en un 72% que en el Cantón Milagro exista una empresa dedicada a procesar la piña y extraer su jugo, los mismos que se consumirán “con mucha frecuencia” en un 33% y “tres veces a la semana” en un 26%.

Micro empresas se dedican a la elaboración de jugos naturales hechos a base de la fruta, pero estos son de consumo inmediato, ya que en cierto tiempo el jugo pierde su consistencia, sabor, olor y sus propiedades nutricionales son conocidos por el 33% de la población, que saben “mucho” del tema.

En la ciudad de Milagro no ha existido hasta la actualidad una empresa dedicada a la explotación de esta fruta, es por ello que si existiera una fábrica que elabore jugos de piña los agricultores cultivarían y estarían dispuestos a incrementar sus cultivos “muy probablemente” en un 46% y “probablemente” en un 32% de manera segura

porque sabrían que su producción va a ser comprada por la misma ya que el 54% contestó que si le gustaría tener un cupo para ser proveedor de la empresa porque saben que los precios de compra serán más justos.

Lo que se busca, no solo es cubrir y satisfacer el mercado es necesario analizar la factibilidad económica-financiera y los requerimientos técnicos para poner en marcha la implementación una fábrica procesadora de jugos de piña en el cantón Milagro. Colocar a la empresa en una situación económicamente ventajosa y que este estudio pueda dar una visión de las consideraciones a tomarse en cuenta para proyectos de este tipo, y que sea de orientación para futuros inversionistas en este sector de la agroindustria.

5.4 OBJETIVOS

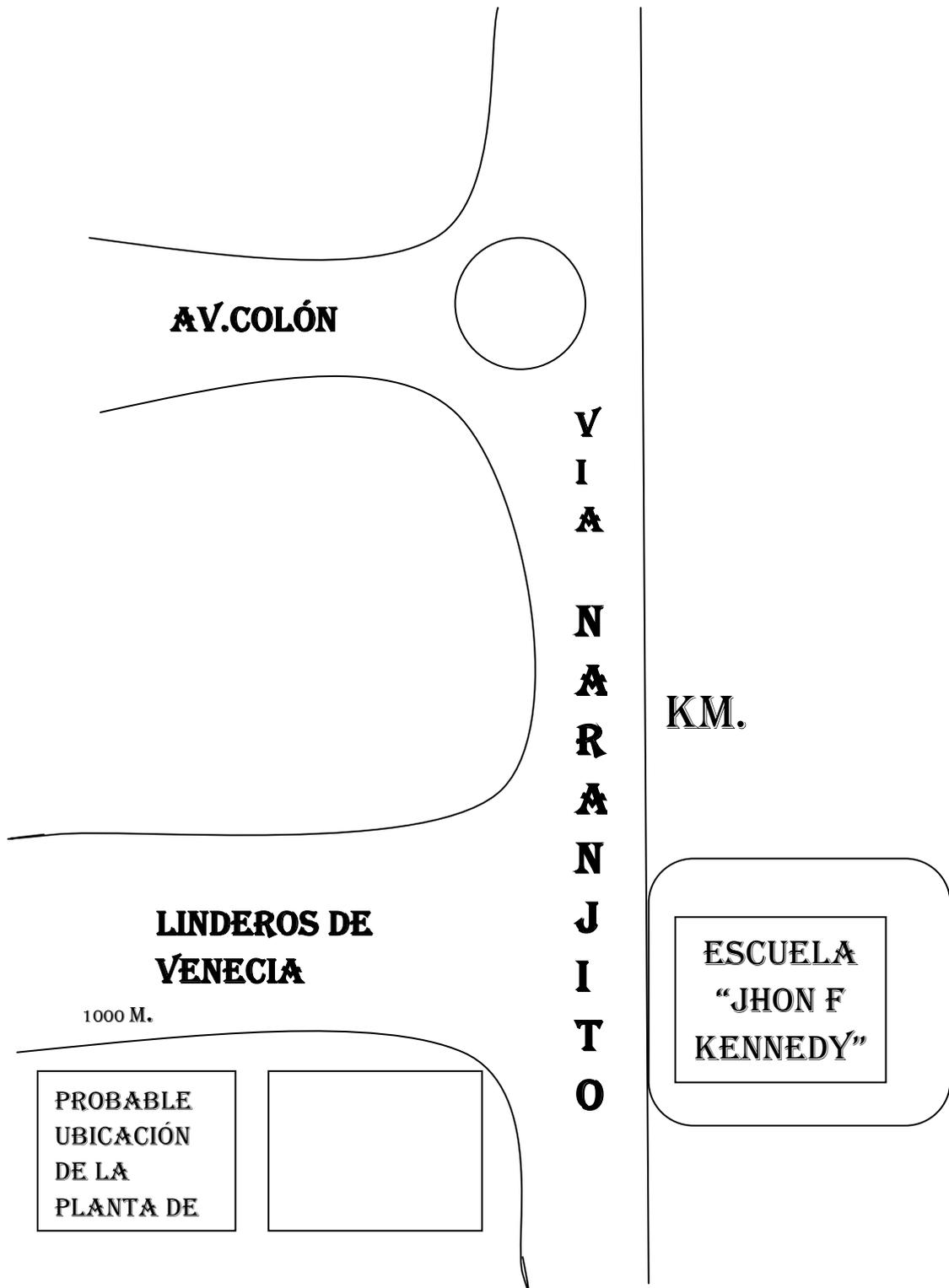
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Implementar una fábrica capaz de satisfacer las necesidades de los moradores de la Ciudad de Milagro y futuramente a sectores aledaños, procesando la piña y obteniendo el jugo que se deriva de esta, para así incentivar a los agricultores de la fruta a retomar esta actividad.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- 🍌 Determinar los requerimientos técnicos y físicos para la instalación de la fábrica de jugos en la localidad.
- 🍌 Desarrollar un análisis financiero y económico para determinar si el proyecto resulta factible o no.
- 🍌 Identificar las normas ambientales que se deben tener en consideración para la instalación de una fábrica de este tipo.
- 🍌 Analizar el mercado de los jugos de frutas para obtener una mejor perspectiva de comercio del producto a venderse.
- 🍌 Considerar los gustos y preferencias obtenidos de las encuestas realizadas a los consumidores para la elaboración de un producto de alto valor nutritivo y la calidad acorde a las exigidas por el consumidor.

Gráfico # 22. Ubicación de la planta.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Para el funcionamiento de una empresa de tipo agroindustrial es necesario tomar en cuenta una serie de requerimientos como por ejemplo infraestructura y ubicación de la planta, la maquinaria que se va a utilizar, que la materia prima no sea escasa que siempre sea suficiente, otros requerimientos físicos e insumos de producción.

Estos factores son muy importantes puesto que determinan la facilidad o dificultad de la puesta en marcha de la fábrica, la correcta ubicación de la planta también facilita la entrada del personal a la empresa, de los vehículos y de la llegada de la materia prima hasta su destino.

La planta tiene que estar bien distribuida para contar con los implementos y acondicionamientos necesarios para poder de esta manera crear un ambiente confortable de trabajo.

En cuanto a la ubicación de la planta hemos escogido como el lugar donde se implementará la fábrica procesadora de piña un terreno que se encuentra ubicado en el kilómetro 4 $\frac{1}{2}$ vía Naranjito, la dirección escogida es Linderos de Venecia, este terreno posee 10000 m que es un espacio amplio como lo requiere el proyecto para la construcción de la planta.

Las ventajas que poseerá la planta por estar ubicada en este sitio son:

- 🍍 Se encuentra en un lugar accesible para camiones, automóviles y buses que llevan al personal por estar ubicada cerca de la carretera vía Naranjito.
- 🍍 Se encuentra cerca de las plantaciones de frutas, las cuales en su mayoría se encuentra en esta localidad y en Roberto Astudillo que está muy cerca de donde está ubicada la planta procesadora. Y reduciendo así costos por transporte de materia prima.
- 🍍 Se encuentra ubicada en un sector que no es residencial y la población que habita en este sector se encuentra muy dispersa (es decir las casas están muy alejadas unas de otras) no afectando en nada a los moradores de la localidad.

Las desventajas que poseerá la planta por estar ubicada en este sitio son:

- 🍌 No cuenta con los servicios básicos necesarios como luz, teléfono. Habrá que realizar trámites posteriores para la instalación de transformadores de luz, y tanques o cisternas de agua que nos doten de los elementos necesarios para la correcta elaboración del producto.
- 🍌 Como industria procesadora de alimentos se requiere contar con estrictas normas sanitarias, es decir evitando en lo posible la contaminación del producto durante o después del proceso, esta zona no brinda las características de los servicios que tiene una industria alimenticia por lo que incrementa el costo de proyecto al crear un ambiente propicio para la elaboración del producto.
- 🍌 Se tendrá que destinar un expreso que traslade a los empleados a la fábrica porque caminando se demorarán mucho y será muy molesto para ellos caminar varios kilómetros todos los días además hay que propiciar un ambiente agradable para los trabajadores esto destinará más presupuesto para este fin.

DIAGRAMA DE DISTRIBUCION DE LA PLANTA

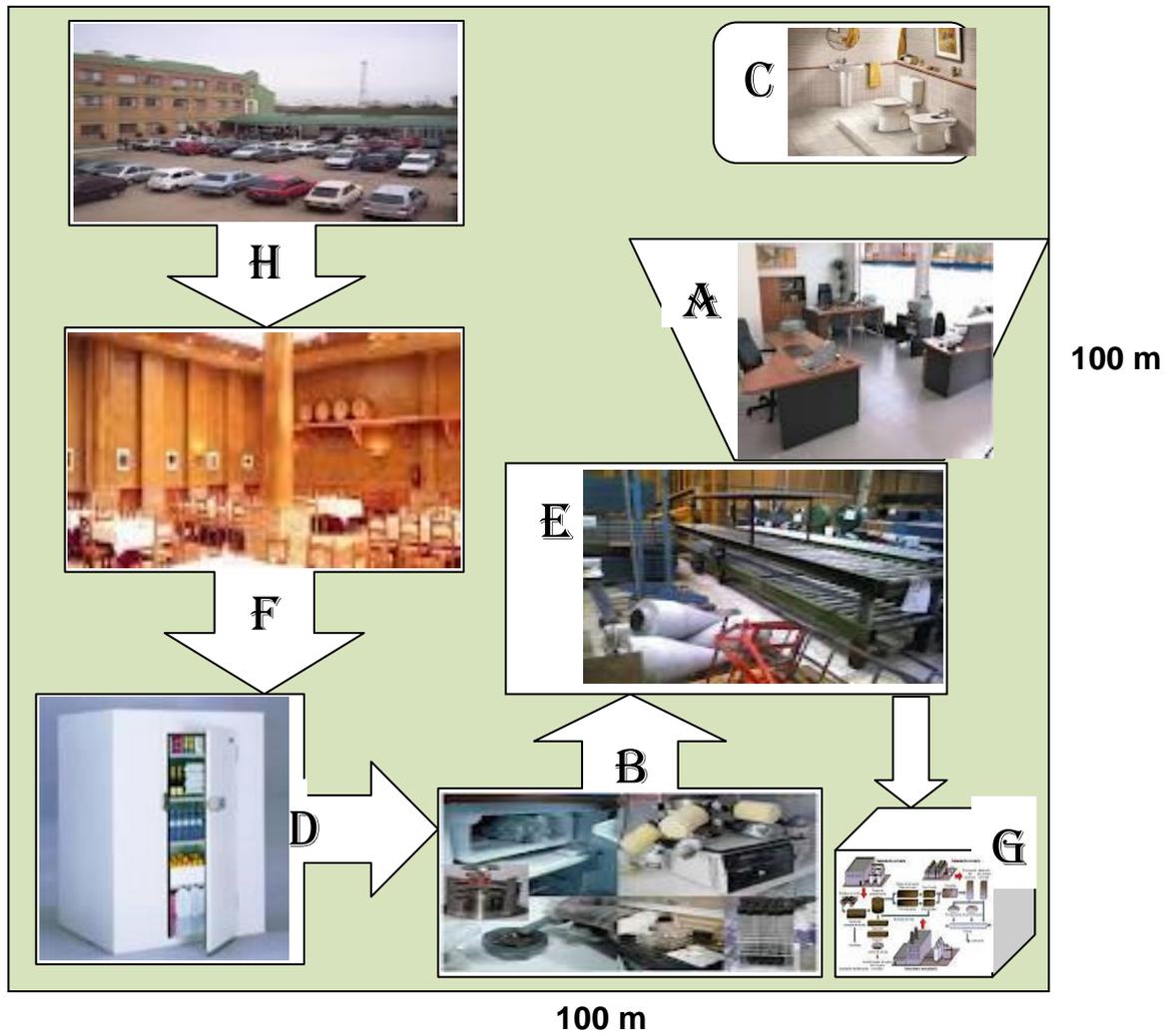
- A. Área de oficinas
- B. Laboratorios
- C. Área de sanitarios
- D. Cámara de almacenamiento
- E. Área de procesos
- F. Bodega
- G. Tratamiento de aguas residuales
- H. Garaje

La planta contará con la infraestructura adecuada para el óptimo funcionamiento de la empresa, la extensión, diseño y distribución de la planta fue ideada mediante la observación de otras fábricas procesadoras de frutas, que en su mayoría fueron hechas por ingenieros industriales, ingenieros especializados en mecánica y tecnología en alimentos.

A continuación detallamos las secciones en las que se va a dividir la planta:

- A. Área de oficinas:** en esta área se encuentra el personal administrativo como el Gerente, y el personal de Ventas, este lugar debe ser amplio para la comodidad de los trabajadores debe poseer servicios higiénicos, electricidad ambiente adecuado.
- B. Laboratorios:** una vez que el producto esté terminado se debe someter a un análisis para determinar el grado de calidad del mismo. Este debe ser un ambiente limpio y aséptico con luz y ventilación adecuadas para cumplir con este requerimiento.
- C. Área de sanitarios:** se ha dotado la planta de baterías higiénicas para el uso de los trabajadores, mismos que están alejados del área de procesos para evitar malos olores y posibles contaminaciones del producto terminado.
- D. Cámara de almacenamiento:** esta cámara es un congelador que va a estar dividida en dos partes, la primera parte va a almacenar la materia prima que no va a ser procesada inmediatamente para evitar que se descomponga, y la segunda parte va a almacenar los jugos terminados a temperaturas bajo 0 para su preservación hasta que sean distribuidos en los distintos destinos.
- E. Área de procesos:** en este lugar las frutas van a ser procesadas desde las cámaras de almacenamiento de la materia prima hasta la obtención del producto terminado con su respectivo envase. Para lograr este objetivo esta área debe de estar dotada con infraestructura eléctrica, sanitaria y agua.
- F. Bodega:** aquí se encuentran almacenados los insumos que vamos a necesitar para elaborar nuestro producto como aceites, también como herramientas, fundas, envases. Y otros implementos que serán utilizados en un futuro.
- G. Tratamiento de aguas residuales:** aquí el agua es liberada de desechos orgánicos evitando así la contribución a la contaminación del agua.
- H. Garaje:** está destinado para los carros de las personas que trabajan en la empresa o para los clientes y proveedores que visiten las instalaciones.

Gráfico #23. Distribución de la planta.



Área Total: 10.000 M

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

5.6 FACTIBILIDAD

Financiamientos Legales

Referencia extraída de La Ilustre Municipalidad de Milagro.

Licencia de Funcionamiento Municipal

La licencia de funcionamiento es otorgada por el municipio en donde se encontrarán las instalaciones de tu negocio. El municipio cobra una tasa dependiendo del giro de la actividad y el área que ocupará el inmueble.

Existen dos tipos de licencia:

1. Licencia Municipal Provisional

La Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un sólo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente.

Si vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional. La licencia provisional de funcionamiento tendrá validez de doce meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Documentos para solicitar licencia de Funcionamiento provisional:

- Fotocopia Simple del Comprobante de Información Registrada o Ficha RUC.
- Recibo de pago por derecho de trámite.

2. Licencia Municipal Definitiva

Este tipo de licencia también puede ser solicitada desde un inicio.

Luego de 12 meses la municipalidad emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva. La Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

Requisitos para licencia de funcionamiento definitiva:

- Solicitud de licencia de funcionamiento definitiva
- Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso
- Copia del RUC
- Copia del Título de Propiedad o documento equivalente que acredite la propiedad o Copia del Contrato de alquiler.
- Copia de la Escritura Pública de Constitución.
- Informe favorable de Defensa Civil.
- Pago por derecho de trámite.
- En el caso de autorizaciones sectoriales, copia de la autorización y/o certificación del sector competente según actividad.
- Algún otro documento requerido por la Municipalidad.

Para continuar con la Licencia Permanente cada año se requiere que los contribuyentes presenten ante la Municipalidad de su jurisdicción una declaración jurada anual, simple y sin costo alguno, para informar que continúan en el giro autorizado para el establecimiento.

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50 7.

Croquis de ubicación del establecimiento.

8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

- Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.
- Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008)
- * Acuerdos Ministeriales

Impacto ambiental

Es importante realizar un estudio de factibilidad ambiental para estar conscientes del daño que podemos estarle causando al planeta al instalar una empresa de tipo industrial, evitando así la posible contaminación del medio o en su efecto tomar las medidas necesarias para reducir el impacto ambiental.

Los recursos no deben ser administrados solamente con el fin de obtener utilidades sino también de manera responsable con el medio ambiente.

Impactos

Para la realización de la evaluación de los impactos ambientales que tendrá la construcción y operación de una fábrica procesadora de piña, primero deben ser identificados los componentes ambientales y las actividades pre-operativas y operativas del proyecto.

Componentes, factores y recursos ambientales

1) Cubierta vegetal.

2) Estructura del suelo.

- 3) Erosión.
- 4) Calidad del aire.
- 5) Vistas panorámicas y paisajes.
- 6) Zona Residencial (edificaciones y viviendas).
- 7) Zonas agrícolas.
- 8) Red de servicios.
- 9) Patrones culturales.
- 10) Salud y seguridad
- 11) Disposición de residuos.
- 12) Drenaje de aguas superficiales.

Las actividades que podrían causar impactos negativos, son anotadas a continuación:

Actividades y acciones de ejecución del proyecto.

- a) Construcción de las instalaciones industriales.
- b) Operación de la fábrica.
- c) Transporte de materia prima.
- d) Transporte de producto terminado.
- e) Disposición de desechos industriales.

Se pronosticarán los impactos por medio de matrices ambientales, siendo esta una de las formas de evaluación cuantitativas más adecuada para este tipo de proyectos.

Se identificarán los impactos ambientales negativos, una vez identificados se formulará una serie de medidas para que sus efectos sean reducidos o eliminados. Se empleará un método matricial para la valoración, que tiene una amplia práctica en el país para diversos tipos de proyectos, que se denomina matriz "Tipo Leopold", se puede utilizar de diferentes formas con el propósito de visualizar y valorar los efectos ambientales de cualquier acción o conjunto de acciones que implican un determinado desarrollo. La matriz está estructurada sobre la base de las interacciones de las principales acciones propuestas y los componentes del entorno.

Las interacciones serán calificadas de acuerdo a los criterios siguientes:

- 🍌 Tipo de impacto: Negativo o Beneficioso.
- 🍌 Certeza: Cierto, Probable o Desconocido.
- 🍌 Magnitud: Alta, Media o Baja.
- 🍌 Duración: Temporal o Permanente.
- 🍌 Área Geográfica: Local o Regional.
- 🍌 Reversibilidad: Reversible o Irreversible.
- 🍌 Existencia de mitigación: Sí o No.

A continuación se presentará un análisis más detallado de cada uno de los componentes ambientales:

a) Construcción de las Instalaciones Industriales

La construcción de las edificaciones de la fábrica afectan a los siguientes componentes ambientales: cubierta vegetal (1), estructura del suelo (2), erosión (3), calidad del aire (4), vista panorámica y paisaje (5), zonas agrícolas (7), salud (10) y disposición de residuos de construcción (11).

Tabla # 1: Interacción entre la construcción de las edificaciones y los componentes ambientales

Actividad	Componente Ambiental							
	1	2	3	4	5	7	10	11
Construcción Edificaciones								
Tipo de Impacto	N	N	N	N	N	N	N	N
Certeza	C	C	C	P	C	P	P	C
Magnitud	M	B	B	M	B	B	B	B
Duración	P	P	T	T	P	P	T	T
Ámbito Geográfico	L	L	L	L	L	L	L	L
Reversibilidad	I	I	R	R	I	I	R	R
Mitigación	N	N	S	S	N	N	S	S

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

El 1° impacto ocurrido es la pérdida de la cubierta vegetal en la zona donde se va a construir la fábrica procesadora de jugo de piña.

El impacto ocurrido será negativo, será cierto que ocurrirá, tendrá una magnitud media, la duración será permanente, el área que es afectada será localizada, tendrá un impacto irreversible que no se va a poder mitigar puesto que el cambio que sufrirá el suelo va a ser total.

El 2° impacto es el cambio de estructura del suelo en el que se levantara la construcción antes mencionada.

Este impacto será negativo, con certeza total de que ocurrirá con una magnitud baja, de duración permanente identificándose el área afectada como el sitio en el cual está asentada la edificación de la fábrica, el impacto que tendrá será irreversible y no se podrá mitigar porque la estructura del suelo va a cambiar permanentemente.

El 3° impacto está relacionado con un incremento en la erosión del suelo existente en el área destinada al proyecto.

El efecto que tendrá será negativo, con certeza total de que ocurrirá, la magnitud será baja de duración temporal, será localizada el área afectada, el impacto será reversible y sí se podrán implementar medidas de mitigación posibles de aplicarse.

La medida ambiental será:

- Forestación y cobertura vegetal en las áreas donde se presenten procesos erosivos.

El 4° impacto producido por la construcción es la contaminación del aire que se da por el polvo causado en la edificación de la fábrica a los moradores más cercanos al lugar e incluso a los mismos trabajadores.

El impacto de la generación de polvo es negativo, con la certeza de que probablemente ocurra, con una magnitud mediana, con duración temporal, el ámbito geográfico será local ya que el polvo puede afectar a los moradores de la localidad que en su mayoría se encuentran muy alejados unos de otros y por ende de la fábrica, una vez que empecemos a trabajar en las instalaciones el efecto es reversible y la medida de mitigación que tomaremos será cerrar toda el área de construcción de la fábrica para evitar así que el polvo vuele a las casas más cercanas y pueda traer efectos negativos en la salud de las personas.

También tendremos en cuenta otras medidas de mitigación para disminuir el efecto como:

- 🍌 Que el personal que labore en la construcción este dotado con las protecciones adecuadas para evitar accidentes lamentable y enfermedades no deseadas.
- 🍌 Que las maquinas que utilicen para la obra sean de preferencias nuevas para que de esta manera no consuman demasiada energía, y disminuir el exceso de ruido que las maquinas antiguas o “viejas” puedan ocasionar al momento de ponerlas en funcionamiento.
- 🍌 Utilizar hasta el último recurso de materia prima para evitar desperdicios y ahorrar el agua en la mayor cantidad posible de esta manera contribuimos a preservar el medio ambiente.

El 5° impacto se produce por la obstaculización del paisaje que se encuentra ubicado en la zona de construcción.

El efecto será negativo, con la certeza absoluta de que ocurrirá, con una magnitud baja por que la edificación no comprende mucha dimensión del terreno que forme parte del paisaje, la duración de la construcción va a ser permanente por lo tanto el efecto en la alteración del paisaje también lo es, el área afectada está plenamente localizada, tiene un impacto irreversible, y no hay medidas de mitigación que sean factibles para aplicarse.

El 6° impacto localizado es el que se causa en las zonas agrícolas que se verán afectadas con la construcción de la fábrica.

El efecto producido será negativo con la certeza probable de que ocurra, la magnitud del mismo será baja puesto que en la zona de construcción no es netamente agrícola, la duración será permanente, el área estará identificada a nivel local, el daño por la construcción será irreversible ya que la zona construida no va a volver a ser utilizada para la siembra de productos, y el daño no se podrá mitigar.

El 7° impacto identificado por esta actividad es la causada en la salud de los trabajadores de la construcción y moradores más cercanos al lugar.

El efecto será negativo con certeza probable de ocurra porque no sabemos si algún trabajador va a ser afectado por este efecto, la magnitud de este será baja las molestias que puede causar serán temporales (mientras dure la construcción), estará localizado en la localidad, con efecto reversible, y se pueden implementar las siguientes medidas para mitigar el efecto:

- 🍌 Que el personal que labore en la construcción este dotado con las protecciones adecuadas para evitar accidentes lamentable y enfermedades no deseadas. (Nombrada también anteriormente en el impacto 4°).
- 🍌 Dotar a la infraestructura con espacios y áreas verdes para que no se pierda en lo absoluto la fecundidad de la tierra y tratar de recompensar en algo la contaminación que se causará para poder respirar en la empresa aire fresco y los trabajadores podrán contar con un ambiente fresco de trabajo.

El 8° impacto que provoca la construcción de la fábrica tiene relación con la disposición de los residuos de materiales de construcción que se generan al implementar este proyecto.

Siendo negativo este efecto la certeza de que ocurra es integral, con magnitud baja porque trataremos de desperdiciar lo menos posible y aprovechar al máximo la materia y los recursos disponibles la duración de las molestias ocasionadas es temporal (mientras dura la obra de construcción), con localización del área afectada los efectos se podrán revertir y si hay existencia de mitigación.

Usaremos estas medidas como una forma de reducir el efecto contaminante:

- 🍌 Reciclar la basura de esta manera podrán volver a ser utilizados materiales que ya no nos sean útiles.
- 🍌 Lo que no se pueda reciclar como desechos de cemento depositarlo en un lugar que no dañe la vegetación ni interfiera en las alcantarillas o drenajes ubicados

en la localidad (no son muy comunes en esta área) o en su defecto en una zanja o pozo por donde circule el agua.

- 🍌 Los desechos serán depositados en el camión de basura o se los ira a depositar al basurero más cercano.

b) Operación de la fábrica procesadora de jugo de piña.

El poner a funcionar la fábrica procesadora de piña, implica por el uso de las maquinarias necesarias para llevar a cabo la finalidad del proyecto, efectos que pueden atentar contra el medio ambiente para comprobar esto y poder implementar un plan con el cual se puedan mitigar las consecuencias vamos a analizarlos detalladamente con los siguientes componentes ambientales: calidad del aire (4) y salud y seguridad (10).

Tabla # 2: Interacción de la Operación de la Fábrica y los Componentes Ambientales.

Actividad	Componente Ambiental	
	4	10
Operación de la Fábrica	4	10
Tipo de Impacto	B	B
Certeza	C	C
Magnitud	M	B
Duración	P	P
Ámbito Geográfico	L	L
Reversibilidad	I	R
Mitigación	N	S

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Toda fábrica industrial emana gases unos pueden ser más tóxicos que otros pero son gases al fin que alteran el olor tradicional, debido a que las maquinas que se utilizan para los distintos procesos de producción los emiten alternado así la composición del aire.

El impacto es beneficioso, el grado de certeza es cierto, la magnitud es mediana ya que los olores van a ser soportables y no son tóxicos porque son extraídos de una fruta, es de duración permanente, el área que es afectada está localizada, tiene carácter irreversible y no se puede mitigar.

El segundo impacto que genera la planta procesadora de piña está relacionado con la salud y seguridad del personal que labora en la planta.

El impacto es beneficioso, el grado de certeza es absoluto, la magnitud es baja, la duración es permanente, es a nivel local, el efecto es reversible y si se puede mitigar a través de las siguientes propuestas:

- 🍌 Implementar en nuestra empresa la seguridad industrial para evitar así que los trabajadores sufran accidentes que pueden ser evitados.
- 🍌 Cumplir con las normas de seguridad que tiene el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para el efecto.
- 🍌 Dale mantenimiento constante a la maquinaria y equipos que utilicemos en la empresa para evitar peligros y accidentes.

c) Transporte de Materia Prima.

La fábrica se tiene que abastecer con materia prima, lo cual implica que camiones circulen constantemente por la localidad donde van a estar ubicadas las instalaciones de la misma, los componentes que se verán afectados son los siguientes: Estructura del Suelo (2), calidad del aire (4), Salud (10).

Tabla # 3: Interacción de la Transportación de Materia Prima y los Componentes Ambientales.

Actividad	Componente Ambiental		
	2	4	10
Transporte de Materia Prima			
Tipo de Impacto	N	N	N
Certeza	C	C	P
Magnitud	A	B	B
Duración	T	T	T
Ámbito Geográfico	L	L	L
Reversibilidad	R	R	R
Mitigación	S	S	S

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

El transporte de la materia prima hacia la fábrica tiene impactos negativos en los tres componentes es cierto que afecta a la estructura del suelo por el paso excesivo de camiones por el sector y la calidad del aire por el humo que emanan los vehículos, y es probable que las personas se enfermen por el exceso de polvo porque las calles en esa localidad no son asfaltadas ni adoquinadas, la magnitud del daño de la

estructura del suelo es alta, pero en las otras dos alternativas es baja, todo el daño que se cause va a ser temporal porque todo el tiempo no se van a presentar estos efectos, las áreas afectadas van a estar localizadas en los tres componentes, el daño es reversible y se podrá mitigar ya que si se dañan las calles se pueden arreglar, si se contamina el aire se pueden implementar medidas que obliguen a los transportistas encargados de proveernos materia prima que sus carros cumplan con la disposición de no contaminar el medio ambiente, y si no se puede evitar estos efectos y las personas se enferman se curan.

d) Transporte de Producto Terminado.

Elaborar un producto implica también su distribución misma que va a estar dada como en el caso anterior del transporte continuo de vehículos por el sector, vehículos que emiten gases de sus escapes que son desagradables y levantan el polvo asentado en la calle.

Los componentes ambientales que se verán afectados son los siguientes:

Calidad del aire (4), zona residencial (6), patrones culturales (9) y salud y seguridad (10).

Tabla # 4: Interacción de Transporte de Producto Terminado y los Componentes Ambientales.

Actividad	Componente Ambiental		
	4	6	10
Transporte de Producto Terminado	4	6	10
Tipo de Impacto	N	N	N
Certeza	C	C	C
Magnitud	B	B	B
Duración	T	T	T
Ámbito Geográfico	L	L	L
Reversibilidad	I	I	I
Mitigación	S	N	S

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Los componentes tienen efecto negativo, con certeza total en los tres casos que ocurrirá, la magnitud es baja, la duración es temporal, el ámbito geográfico será local, los efectos serán irreversibles, se pueden mitigar los efectos:

- 🍌 Implementar medidas que obliguen a los transportistas encargados de proveernos materia prima que sus carros cumplan con la disposición de no contaminar el medio ambiente (mencionadas anteriormente).
- 🍌 Dotar al sector con señales de tránsito para reducir el levantamiento de polvo y evitar que las personas se enfermen.

e) Disposición de Desechos Industriales.

Este proceso es muy importante analizarlo, como se sabe la fábrica se encargará de obtener jugo a partir de la piña, por lo tanto la mayor cantidad de desechos será los que se obtienen del procesamiento de la fruta. Los componentes afectados serán salud y seguridad (10) y disposición de residuos (11).

Tabla # 5: Interacción entre la disposición de residuos y los componentes ambientales.

Actividad	Componente Ambiental	
	10	11
Disposición de Residuos		
Tipo de Impacto	N	N
Certeza	C	C
Magnitud	M	M
Duración	T	P
Ámbito Geográfico	L	L
Reversibilidad	R	R
Mitigación	S	S

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Los impactos son negativos, con certeza total de que ocurrirá, la magnitud es media aunque se puede tomar medidas para disminuir la magnitud, la duración en la salud es temporal porque las personas todo el tiempo no van a estar enfermas a causa de los residuos de la fábrica y permanente en la disposición de residuos porque todo el tiempo que se produzca van a haber residuos, el ámbito geográfico es local, es reversible es decir los daños ocasionados se podrán solucionar, y se tomarán como medidas de mitigación las siguientes:

- 🍌 Para evitar que las personas se contaminen o la propagación de insectos se botaran los desperdicios en el basurero más cercano y se clasificarán los

desechos en papeles, plásticos, aceites, material orgánico (desechos de piña) y otros.

- 🍌 Disposición de los residuos sólidos en un relleno sanitario manual.
- 🍌 Venta de los aceites y grasas usados por las máquinas a plantas recicladoras de estos productos en la ciudad de Guayaquil.

Los permisos necesarios para llevar a cabo la constitución de la empresa son:

- Permiso de construcción otorgado por el Municipio de San Francisco de Milagro.
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio de San Francisco de Milagro.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de San Francisco de Milagro.
- Permiso de funcionamiento de la Subdirección de Agua Potable y Alcantarillado (S.D.A.A.).
- Liquidación de las tasas de permiso de energía eléctrica emitido por la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL).
- RUC otorgado por la Subsecretaría de Finanzas.

Los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios frente a terceros y a la sociedad estarán establecidos por el Código Civil.

Requisitos sanitarios

Previo a la obtención del Permiso de Exportación, la empresa debe presentar ante el Banco Central del Ecuador el Certificado de Control de Calidad, emitido a favor de la empresa productora, por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

La empresa se someterá al Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, entidad que efectuará la certificación de calidad de los productos, de acuerdo a las normas nacionales vigentes e internacionales que proceda, para lo cual, la empresa productora suministrará la lista de sus proveedores.

Las empresas, cuya producción se comercializará en el exterior, deberán establecer laboratorios de Control de Calidad, aprobados por el INEN, para efectos de la certificación de calidad.

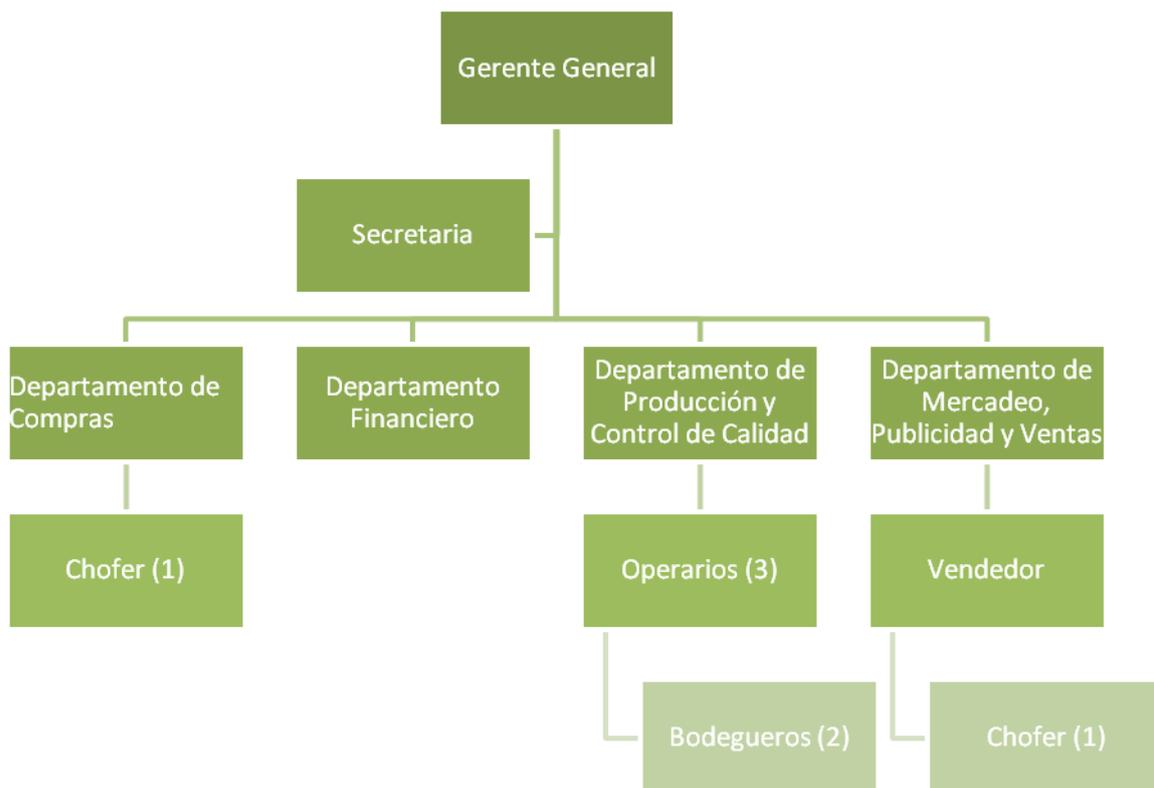
A continuación se detallan los requisitos necesarios para la obtención del registro sanitario para la exportación de productos ecuatorianos.

A.- DOCUMENTOS LEGALES.- Los documentos Legales consularizados en consulado ecuatoriano en el país de origen, tienen un tiempo de validez de 18 meses contados a partir de su emisión:

- 1.- Permiso de funcionamiento sanitario, el cual es otorgado por la Dirección Provincial de Salud del Guayas.
- 2.- Nombramiento del Gerente General de la compañía.

Financiamiento Administrativo

Gráfico # 25. Organigrama



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Manual De Funciones

Staff Gerencial

Gerente General

Funciones y Autoridad: El Gerente General de nuestra empresa actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la empresa. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel nacional. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

Sus principales funciones:

- 🍌 Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- 🍌 Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- 🍌 Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- 🍌 Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- 🍌 Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- 🍌 Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- 🍌 Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.

- 🍌 Se encarga de la contratación y despido de personal.
- 🍌 Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.

Jefe Inmediato: Reporta al Directorio de accionistas

Supervisa a: Secretaria, Jefe del departamento Financiero, Jefe del departamento de Compras, Jefe del departamento de Producción y Control de Calidad, Jefe del departamento de Mercadeo, publicidad y ventas.

Delegaciones: Será reemplazado por las gerencias que el designe en áreas específicas de acción, por motivos de enfermedad, viaje, vacaciones u otro tipo de ausencia. Las especificaciones se realizarán a través de memorándum.

Requisitos Mínimos: Profesional en Economía, CPA, o, Ingeniería Comercial.

- 🍌 Registro actualizado del Colegio de Contadores.
- 🍌 Cinco años de experiencia en funciones y responsabilidades similares.
- 🍌 Sexo indistinto.
- 🍌 Conocimiento y experiencia en Administración.
- 🍌 Manejo de utilitarios básicos de computación.

Secretaria

Sus principales Funciones:

- 🍌 Ser puntual en todas sus actividades de funciones.
- 🍌 Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- 🍌 Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento de los mismos.
- 🍌 Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- 🍌 Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.

- 🍌 Obedecer y realizar instrucciones que sean asignadas por su jefe.
- 🍌 Mejora y aprendizaje continuo.

Jefe Inmediato: Reporta al Gerente General

Supervisa a: departamentos que posea la empresa.

Requisitos Mínimos: Ser bachiller y estar cursando cursos universitarios en Administración de empresas, finanzas o comercial, con conocimientos en contabilidad e inglés.

- 🍌 1 año de experiencia en funciones y responsabilidades similares.
- 🍌 Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Staff Técnico

Departamento de Producción y Control de Calidad

Sus principales Funciones:

- 🍌 Organización y gestión completa de la producción: planificación, control y seguimiento.
- 🍌 Gestión y verificación de inventarios.
- 🍌 Mantenimiento de las instalaciones.
- 🍌 Participar en las reuniones de personal cuando se considere necesario.
- 🍌 Velar por la calidad de los diversos Procesos de la fabricación conjuntamente con la Calidad de los Productos Manufacturados, a fin de garantizar la óptima Manufactura.
- 🍌 Verificar los procesos de la elaboración del producto.

Jefe Inmediato: Reporta al Gerente General

Supervisa a: Operarios, bodeguero y chofer.

Requisitos Mínimos: Titulado universitario, preferiblemente Profesional Químico Farmacéutico y/o Bioquímico Farmacéutico.

- 🍌 Conocimientos en las áreas de aprovisionamiento, logística y fábrica, preferentemente en la rama de manejo de maquinarias.
- 🍌 Conocimiento avanzado herramientas informáticas.
- 🍌 2 años de experiencia en funciones y responsabilidades similares.

Operarios

Personal encargado de la elaboración de los jugos. Número de Personas en el Cargo: Cuatro (3).

Sus principales Funciones:

- 🍌 Cumplir con el horario asignado.
- 🍌 Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato.
- 🍌 Informar al Gerente o a quien corresponda, cualquier anomalía que se presente.
- 🍌 Participar en las reuniones de personal cuando se considere necesario.
- 🍌 Responder por los implementos de trabajo asignados.
- 🍌 Notificar cualquier perjuicio encontrado en el lugar de trabajo.

Jefe Inmediato: Departamento de Producción y Control de Calidad

Supervisa a: Bodeguero

Requisitos Mínimos: Ser bachiller o estar cursando cursos universitarios.

- 🍌 Excelente calidad humana y trato interpersonal.
- 🍌 Con o sin experiencia en la elaboración de jugos de frutas.
- 🍌 Alta responsabilidad y autodisciplina.

Bodeguero

Sus principales Funciones:

- 🍌 Archivar en orden los pedidos del día.
- 🍌 Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo en las actividades realizadas por ellos en el día.

- 🍌 Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código.
- 🍌 Velar por la limpieza de la bodega (estanterías, piso, baños e insumos).
- 🍌 Velar porque no hayan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes.
- 🍌 Revisión y recolección de firmas de la guías de salida de los responsables de cada área de trabajo.
- 🍌 Revisión o conteo de algunos artículos en base al inventario físico que tuvieron movimiento durante la semana.
- 🍌 Cierre mensual y revisión del inventario conjuntamente con el administrativo del campamento minero.

Jefe Inmediato: Departamento de Producción y Control de Calidad

Supervisa a: Choferes

Requisitos Mínimos: Ser bachiller o estar cursando cursos universitarios.

- 🍌 Excelente calidad humana y trato interpersonal.
- 🍌 Experiencia mínima de un año para trabajar en el sector de bodega.

Chofer

Personal encargado de la distribución de los jugos. Número de Personas en el Cargo: Dos (2).

Sus principales Funciones:

- 🍌 Se encargará de la transportación de la materia prima desde los proveedores hacia la empresa.
- 🍌 Transportación del producto terminado hacia los distintos puntos de venta.
- 🍌 Brindar el servicio de mensajería.
- 🍌 Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.

Jefe Inmediato: Reporta al jefe de Departamento de Compras / o a su vez al Vendedor del Departamento de mercadeo publicidad y ventas.

Supervisa a: Nadie

Requisitos Mínimos: Ser bachiller o estar cursando cursos universitarios.

- 🍌 Excelente calidad humana y trato interpersonal.
- 🍌 Tener licencia tipo B
- 🍌 Secundaria Sexo Masculino Edad Hasta 32 años.

Staff Administrativo

Departamento de Compras

Sus principales Funciones:

- 🍌 Buscar, seleccionar y mantener proveedores competentes.
- 🍌 Velar por que los precios de la materia prima se paguen de manera justa y sin que ello agrave la calidad del producto.
- 🍌 Mantener actualizada la cartera de proveedores y las condiciones de venta de cada uno.
- 🍌 Estudiar el entorno del mercado, costos, flujo y calidad de los productos a adquirir.
- 🍌 Generar y controlar el presupuesto designado a su área.
- 🍌 Encargarse de la adquisición, manejo, almacenamiento, y seguridad de los insumos.
- 🍌 Velar por el abastecimiento de materia prima.
- 🍌 Localización de materiales y fuentes de suministros.
- 🍌 Mantener a la administración comunicada acerca de las variaciones en los precios e insumos de los productos.
- 🍌 Mantener los inventarios en niveles óptimos acorde a las operaciones de la empresa.

Jefe Inmediato: Reporta al Gerente General

Supervisa a: Asistente administrativa, bodeguero.

Requisitos Mínimos: Tener título universitario en Contabilidad, Auditoría, Administración o carreras afines.

- 🍌 Mínimo 3 años de experiencia en puesto gerencial.
- 🍌 Conocimiento en análisis Financiero.

- 🍌 Conocimientos sólidos y actualizados en tributación.

Departamento Financiero

Sus principales Funciones:

- 🍌 Debe saber Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de maquinarias y equipos, pago de salarios entre otros.
- 🍌 Manejar de forma adecuada la elección de productos y de los mercados de la empresa.
- 🍌 La responsabilidad de la obtención de calidad a bajo costo y de manera eficiente.
- 🍌 Es responsable de desarrollar los recursos humanos a su cargo, de acuerdo con los requerimientos de su función y con el crecimiento de la empresa.
- 🍌 La forma de obtener los fondos y de proporcionar el financiamiento de los activos que requiere la empresa para elaborar los productos cuyas ventas generarán ingresos. Esta área representa las decisiones de financiamiento o las decisiones de estructura del capital de la empresa.

Jefe Inmediato: Reporta al Gerente General

Supervisa a: Asistente administrativa, bodeguero.

Requisitos Mínimos: Tener título universitario en Contabilidad, Auditoría, Administración o carreras afines.

- 🍌 Mínimo 3 años de experiencia en puesto gerencial.
- 🍌 Conocimiento en análisis Financiero.
- 🍌 Conocimientos sólidos y actualizados en tributación.

Departamento de Mercadeo, Publicidad y Ventas

Sus principales Funciones:

- 🍌 Reportar diariamente las ventas donde se incluye la fecha, el número de factura, retención y el tipo de pago. Este reporte debe ser entregado al Gerente Financiero.
- 🍌 Cotizar varios proveedores de acuerdo a la solicitud de gerencia.
- 🍌 Entregar las cotizaciones al gerente que lo solicito.
- 🍌 Aumentar el nivel de ventas que genere ingresos a la empresa.

Jefe Inmediato: Reporta al Gerente General

Supervisa a: Vendedores

Requisitos Mínimos: Tener título universitario en Contabilidad, Auditoría, Administración o carreras afines.

- 🍌 Mínimo 3 años de experiencia en puesto gerencial.
- 🍌 Curso de mercadeo y atención al cliente u otros.
- 🍌 Dinámico capacidad para dirigir y supervisar al equipo de ventas.

Vendedor

Sus principales Funciones:

- 🍌 Vender los productos de la empresa.
- 🍌 Brindar información de los descuentos y promociones de los productos.
- 🍌 Dar a conocer los productos que ofrece la empresa.
- 🍌 Brindar un servicio eficiente al cliente.
- 🍌 Prestar atención a las operaciones de los clientes.

Jefe Inmediato: Departamento de Mercadeo, Publicidad y Ventas

Supervisa a: Nadie

Requisitos Mínimos: Ser bachiller o estar cursando cursos universitarios.

- 🍌 1 año de experiencia mínima como vendedor.

- 🍌 Excelente calidad humana y trato interpersonal.
- 🍌 Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal.

LA EMPRESA

Logo de la Empresa



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

El símbolo del logo representa la unión empresarial y el compromiso que tiene cada una de las personas que forman parte de la organización tener una visión de prosperidad y responsabilidad social hacia la comunidad indicando que la unión hace la fuerza y reflejar esto como una empresa sólida y confiable. Los colores escogidos a su vez son llamativos y se encuentran a la moda.

Slogan: Frescura y calidad en tu paladar.

Logotipo del envase del producto



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Misión

Empresa dedicada a la elaboración de jugos extraídos de la piña con un alto contenido vitamínico, elaborado con los más altos estándares de calidad e higiene buscando siempre el mejoramiento continuo de los procesos, impidiendo perjudicar el medio ambiente, ofreciendo a nuestros clientes un producto de calidad.

Visión

Ser una empresa confiable y de crecimiento continuo reconocida a nivel estatal por la calidad en la elaboración y distribución de jugos elaborados a base de piña, a través de excelentes prácticas industriales convirtiéndonos en la primera opción de compra en esta línea de producto.

Valores

Calidad: La calidad que maneja la compañía radica en un proceso continuo que abarca a todo sus recursos, desde el personal altamente capacitado, equipos de alta tecnología, materia prima de primera calidad y los procesos que se optimizan continuamente.

Servicio al cliente: La compañía tiene como propósito satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con una excelente atención sea esta personalizada o vía telefónica con la intención de atraer más clientes y alcanzar su lealtad.

Responsabilidad Social: La empresa reconoce que es partícipe de un sistema social con el cual interactúa. Todas las decisiones y actos de la compañía son adecuados con dicho sistema social.

Respeto, honestidad, puntualidad: Nuestra organización cuenta con personal respetuoso, honesto, puntual, cumplido lo que provee un servicio de calidad.

Trabajo en equipo: La organización trabaja como un solo equipo, generando valor en cada departamento en donde el talento humano se compromete a laborar motivado para alcanzar la excelencia.

Innovación: Somos una compañía flexible que está preparada para afrontar retos, contamos con equipos de alta tecnología que contribuyen a la mejora de la Organización, brindando siempre a nuestros colaboradores y clientes un entorno motivador.

Objetivo general de la empresa

Elaborar y comercializar productos hechos a base del jugo de la piña en la localidad Milagreña, mediante las mejores prácticas industriales sin que afecte la salud del consumidor y del medio ambiente para identificarnos como una empresa socialmente responsable, atrayendo así a nuevos clientes, proveedores e inversionistas.

Objetivos específicos de le empresa.

- 🍌 Iniciar y Mantener Negocios Rentables con los agricultores mediante contratos previamente establecidos para dotar de materia prima a la empresa de manera segura y constante evitando en algún momento la ausencia de la misma.
- 🍌 Organizar cualquier trabajo por medio de un presupuesto a fin de reducir la mala utilización de los recursos tanto físicos como económicos.
- 🍌 Integrar a los clientes con la empresa mediante acuerdos que beneficien a ambas partes pactando convenios de compra-venta para surtir a la empresa con la materia prima adecuada para la elaboración y distribución de nuestros productos.
- 🍌 Integrar convenientemente la empresa al entorno haciendo sentir a la empresa parte de la población para que los milagreños la sientan como un icono representativo más de la comunidad milagreña.
- 🍌 Optimizar la materia prima utilizando todo lo que sea posible de la fruta y de esta manera estaremos cumpliendo con la preservación del medio ambiente.
- 🍌 Higiene, conservación y protección del medio ambiente mediante prácticas adecuadas de las leyes y normas ambientales para contribuir a cuidar el planeta y al mismo tiempo proporcionar un producto saludable a la ciudadanía.

FODA

FORTALEZAS:

- 🍌 Ubicación de la fábrica cerca de la materia prima.
- 🍌 Innovación en jugos extraídos de la piña.
- 🍌 Calidad del producto.
- 🍌 Servicio al cliente.
- 🍌 Información Nutricional.
- 🍌 Cumplir con las normas y estándares de calidad e higiénicas.
- 🍌 Preservación del medio ambiente.
- 🍌 Selección cuidadosa del personal en general.
- 🍌 Adaptación a cambios tecnológicos.

OPORTUNIDADES:

- 🍌 Apertura para alianzas estratégicas.
- 🍌 Innovación en los productos derivados de la piña.
- 🍌 Gusto de los consumidores por la fruta.
- 🍌 Apoyo del estado a proyectos de emprendimiento.
- 🍌 Mayor accesibilidad a créditos productivos.
- 🍌 Ampliar los canales de distribución para cubrir las demandas a nivel intercantonal.
- 🍌 Ausencia de este producto en el mercado.
- 🍌 Necesidad del producto en el medio.
- 🍌 Innovación en el ámbito empresarial.

DEBILIDADES:

- 🍌 Bajo presupuesto para publicidad.
- 🍌 Limitado personal.
- 🍌 Escasa capacitación para personal.
- 🍌 Limitados medios de distribución.
- 🍌 Falta de asesoramiento.
- 🍌 Expansión a nivel nacional.

AMENAZAS:

- 🍌 Competencia en el Mercado.
- 🍌 Productos sustitutos de otras marcas.
- 🍌 Fuerte posicionamiento en el mercado de otros productos de la misma línea.
- 🍌 Disponibilidad económica de la población.
- 🍌 Inestabilidad política del país.
- 🍌 Inestabilidad económica del país.
- 🍌 Desastres naturales.
- 🍌 Implementación de nuevas políticas tributarias.

Cuadro # 24. Matriz estratégica del Foda

<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 0; right: 0; width: 50%; height: 50%; border: 1px solid black; transform: rotate(45deg);"></div> <div style="position: absolute; top: 5%; right: 5%; width: 80%; height: 80%; border: 1px solid black;"> <p align="center">FACTORES INTERNOS</p> </div> <div style="position: absolute; bottom: 5%; left: 5%; width: 80%; height: 80%; border: 1px solid black;"> <p align="center">FACTORES EXTERNOS</p> </div> </div>	<p>Lista de Fortalezas</p>	<p>Lista de Debilidades</p>
	<p>F1. Ubicación de la fábrica cerca de la materia prima. F2. Innovación en jugos extraídos de la piña. F3. Calidad del producto. F4. Servicio al cliente. F5. Información Nutricional. F6. Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiénicas. F7. Preservación del medio ambiente. F8. Selección cuidadosa del personal en general. F9. Adaptación a cambios tecnológicos.</p>	<p>D1. Bajo presupuesto para publicidad. D2. Limitado personal. D3. Escasa capacitación para personal. D4. Limitados medios de distribución. D5. Falta de asesoramiento. D6. Expansión a nivel nacional.</p>
<p>Lista de Oportunidades</p>	<p>FO (MAXI-MAXI)</p>	<p>DO (MINI-MAXI)</p>
<p>O1. Apertura para alianzas estratégicas. O2. Innovación en los productos derivados de la piña. O3. Gusto de los consumidores por la fruta. O4. Apoyo del estado a proyectos de emprendimiento. O5. Mayor accesibilidad a créditos productivos. O6. Ampliar los canales de distribución para cubrir las demandas a nivel intercantonal. O7. Ausencia de este producto en el mercado. O8. Necesidad del producto en el medio. O9. Innovación en el ámbito empresarial.</p>	<p>Estrategia para maximizar tanto las F, como las O Desarrollar una mejora continua de la calidad de sus productos manteniendo los costos operativos unitarios sin grandes cambios. La calidad debe ser incrementada en virtud del avance tecnológico. (F2, F3, F4, F5, O2, O3, O5, O6) Negociar con los proveedores locales para fortalecer relaciones comerciales, ofreciendonos así los mejores frutos para la elaboración del producto que cumpla con las normas y estándares de calidad adecuados, contribuyendo con la preservación del medio ambiente (F1, F6, F7, O1) Abarcar un sector del mercado que no ha sido atendido, descuidando la necesidad del producto, seleccionando personal con ideas nuevas de producción que sean capaces de innovar y hacer cambios tecnológicos continuos en el producto (F8, F9, O7, O8, O9)</p>	<p>Estrategia para minimizar tanto las D, y maximizar las O el programa. Alianzas estratégicas con otras compañías que lideren y emplear administración por categorías, que son los puntos más flojos. (D2, D4, O1, O5) Elaborar un plan que aproveche financiamiento del estado para incrementar la publicidad, asesorar y capacitar al personal dándole así valor agregado a la empresa ampliando las líneas de distribución para llegar a otros mercados (D1, D3, D5, O4, O6)</p>
<p>Lista de Amenazas</p>	<p>FA (MAXI-MINI)</p>	<p>DA (MINI-MINI)</p>
<p>A1. Competencia en el Mercado. A2. Productos sustitutos de otras marcas. A3. Fuerte posicionamiento en el mercado de otros productos de la misma línea. A4. Disponibilidad económica de la población. A5. Inestabilidad política del país. A6. Inestabilidad económica del país. A7. Desastres naturales. A8. Implementación de nuevas políticas tributarias.</p>	<p>Estrategia para fortalecer la empresa y minimizar las amenazas Promover la buena imagen de la compañía que sea percibida por los trabajadores y por el público en general, todo con el propósito de obtener estabilidad laboral y ello traducido a una tendencia sostenible de mejoramiento continuo. (F1, F6, F7, F8, F9, A1, A2, A3) Asegurar la fábrica para preservar los activos fijos (A7, F7) Implementar estrategias con el personal para estar siempre un paso delante de las inestabilidades que pueda presentar el país en cuanto a las políticas y a las economías. (F8, A4, A5, A8)</p>	<p>Estrategia para minimizar tanto las A, como las D Desarrollar estrategias masivas de comunicación para productos nuevos, utilizando los diferentes mecanismos publicitarios y promocionales. (D1, D5, D6, A4, A5, A6, A8) Implementar estrategias para lograr un mejor posicionamiento del producto en el mercado local y estrategias a largo plazo que nos permitan en un futuro incursionar en mercados regionales. (A1, A2, A3, D2, D3, D4)</p>

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Gráfico #24. Fuerzas de Porter.



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

(F1) Poder de negociación de los clientes

Para empezar nuestros clientes van a estar ubicados a nivel local en la ciudad de Milagro, en el que nos realizaremos directamente con los clientes. Y donde luego nuestro producto será entregado a los comerciantes que se encargan de distribuir a las principales tiendas de las localidades. Enviándoles un producto nutritivo y de calidad con una marca y empaçado llamativo, cumpliendo con los estándares de calidad requeridos para la venta.

(F2) Poder de negociación de los proveedores

Para la obtención de nuestro producto las negociaciones son directas con los productores de piña de la localidad, manteniendo acuerdos con los productores que beneficien tanto al agricultor como a la empresa ofreciendo un precio justo por su producto de esta manera incentiva la producción. Para evitar un posible déficit en el aprovisionamiento de nuestros productos, contaremos con el apoyo de los proveedores de materia prima de las zonas aledañas como Roberto Astudillo, y en caso de no cubrir la demanda de producto, Naranjito, Norton y demás sectores que nos podrían dotar de la fruta.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes

Dentro de la ciudad de Milagro donde estará ubicada la fábrica, debido a que no existen otros competidores, tiene bajas barreras de entrada. Al inicio del proyecto no existe otra empresa que se dedique a esta actividad siendo los primeros en este negocio, preparándonos así para la futura competencia teniendo ventaja con la experiencia adquirida con el mercado al cual nos dirigimos sabiendo los gustos y preferencias de los consumidores y posibles mercados.

(F4) Amenaza de productos sustitutos

Los principales productos sustitutos para la venta de jugo de piña son los jugos de otras frutas como:

Naranja

Mango

Durazno

Limón

Fresa

Papaya

(F5) Rivalidad entre los competidores

En nuestro sector de Milagro donde estamos ubicados como empresa tendremos únicamente la competencia de la venta de jugos de otras frutas siendo el caso de marcas como Deli, Sunny, Natura, del Valle y Tampico.

Mercado

- 🍌 Ampliar el mercado meta, penetrar nuevos segmentos del mercado, ofreciendo productos nuevos acordes a las necesidades.
- 🍌 Realizar un mejoramiento continuo de diseño de nuevos productos, en atributos tales como: sabor, apariencia, empaque y forma, entre otros.
- 🍌 Ejecutar campañas promocionales que permitan informar, persuadir y recordar al cliente el producto que se ofrece en el mercado
- 🍌 Obtener un crecimiento continuo en los canales de distribución y una planificación tecnificada de las rutas.

Marketing Mix

Producto: El producto que nuestra empresa ofrece es de jugos hechos de piña, el cual posee un logo muy llamativo en el envase por los colores propiamente escogidos y que esperamos sean del agrado de las personas.

Los datos que se podrán observar en el empaque tetra pack son los siguientes:

- 🍌 Una pequeña tabla en el lado derecho indicando la información nutricional que posee la fruta.
- 🍌 Tendrá información referente a los beneficios y bondades que aporta la el jugo.
- 🍌 Una lista de los ingredientes.
- 🍌 Precio de venta al público.
- 🍌 Constara la fecha de elaboración y por consiguiente la de expiración de producto.
- 🍌 El contenido del envase y el precio.

Formato del Envase del Producto



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Precio: El valor monetario asignado a nuestro producto es de 1,20 ctvs. de dólar el familiar, también existe el más pequeño que está en los 0,70 ctvs. de dólar por precio de introducción al mercado local y analizando los precios de competencia en relación con otras frutas, para de esta forma obtener una rápida acogida por parte de nuestros futuros clientes.

Plaza: La distribución de nuestro jugo será por lo pronto en los puntos de ventas más cercana a las familias como es el caso de las tiendas y pequeños comerciales hacer uso de los intermediarios para obtener una mayor cobertura con los clientes, también se lo podrá hacer a través de vías telefónicas que serán dados a nuestros puntos de distribución. Y a futuro tenerlo en las perchas de supermercados conocidos como es el Akí, Devies y Mi Comisariato.

Publicidad O Promoción: La información de la existencia nuestro producto será comunicada a los consumidores tratando de persuadir a la adquisición inmediata del jugo y lo haremos ofreciendo un descuento por cantidad de producto que se compre, también se crearan volantes en puntos estratégicos de la ciudad y afiches que serán

pegados en las tiendas para que sea visible la publicidad para las personas. Además se contara con una página oficial en facebook y twitter la redes sociales más concurridas por las personas en las cuales podrán dejarnos sus comentarios acerca del producto.

Modelo de la Volante y Afiche

Jugo de Piña

PANEMCO

Vitamina
A, E, C

P.V. P\$1.20

Sabias que:
Si tomas 1 vaso de jugo de piña te va a favorecer la circulación, a tener una mejor digestión ayuda al tratamiento de la obesidad, de la celulitis, evita el estreñimiento y disminuye los niveles del colesterol en un 10%

siguenos en: @panemco_milagro panemco_milagro/facebook.com

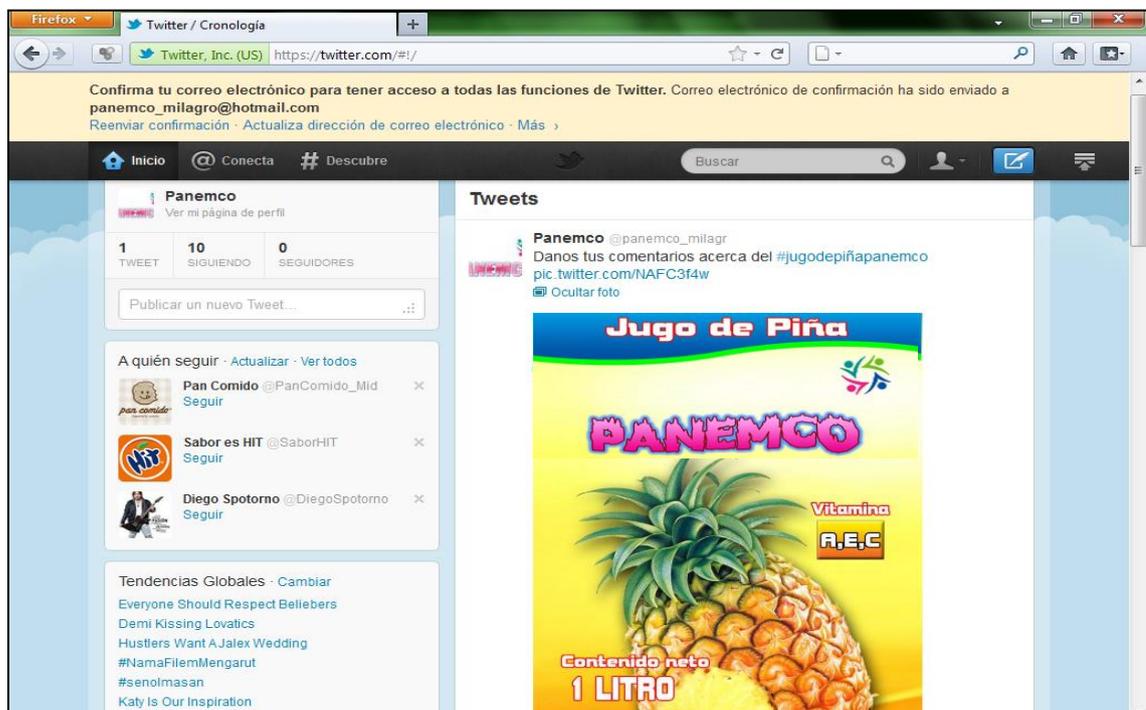
Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Página oficial en Facebook



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Página oficial en Twitter



Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

La investigación tiene como propuesta presentar la creación de una fábrica procesadora de jugos de piñas en el cantón Milagro, aplicando diferentes estrategias las cuales ayudaran a mejorar el desarrollo del personal, también incluye la innovación, y la tecnología más apropiada en el ámbito empresarial, basándose en una actividad planificada y permanente cuyo propósito general es ofrecer un producto de calidad a la comunidad sin afectar el medio que nos rodea. A su vez ofreciendo plazas de empleo a las personas.

5.7.1 Actividades

Para poner en marcha la planta procesadora de jugos de piña es necesario tener en cuenta los siguientes requisitos tales como:

- 🍌 Adquisición de un terreno amplio.
- 🍌 Selección del tipo de financiamiento.
- 🍌 Adecuación de infraestructura de la planta.
- 🍌 Compra de equipos y maquinarias que van a ser utilizados en la fábrica.
- 🍌 Selección de personal.
- 🍌 Adquisición de activos fijos.
- 🍌 Obtención y manejo de la materia prima.
- 🍌 Obtención de permisos legales.
- 🍌 Otros Requerimientos.
- 🍌 Instalación.
- 🍌 Prueba.
- 🍌 Puesta en Marcha.
- 🍌 Jugo de Piña elaboración.
- 🍌 Limpieza.
- 🍌 Mantenimiento.

A continuación se redacta los requerimientos que más se destacan para la fábrica procesadora de jugos de piña.

Adquisición de un terreno amplio: Hemos escogido un terrero ubicado en la zona de Linderos de Venecia a unos 800m del carretero vía a Naranjito porque es de fácil acceso a la materia prima y debido a que tiene otra vía de salida que es a Roberto Astudillo. La dimensión del terreno es de 10.000m consideramos que es lo bastante amplio para ubicar todas las aéreas de forma correcta.

Razones que se tomaron en cuenta para la elección del terreno:

- 🍌 La ubicación la fábrica en este lugar es debido a que se encuentra accesible a camiones, cooperativas de transporte, y líneas de buses que llevan al personal al área de trabajo.
- 🍌 Se encuentra cerca de la materia prima por lo tanto reduce costo de transportación.

Selección del tipo de Financiamiento: El financiamiento que vamos a obtener es de la Corporación Financiera Nacional (CFN) que nos presta una cantidad de \$302233 a una tasa de 14% y 10 Años plazo.

Los requisitos que nos pidieron para acceder al crédito fueron tomados de la CFN Y son los siguientes:

- 🍌 Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.
- 🍌 Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.
- 🍌 Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- 🍌 Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- 🍌 Carta de pago de los impuestos.
- 🍌 Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- 🍌 Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- 🍌 Proformas de la maquinaria a adquirir.
- 🍌 Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Adecuación de infraestructura de la planta: Para un óptimo funcionamiento y distribución correcta de todas las aéreas de la planta se contará con mano de obra civil que son necesarias para este proyecto de tal manera que el diseño y la repartición de los departamentos se fueron obteniendo por observación similares a las de otras fábricas que contaron con personal técnico especializado ya sea en Ingeniería Industrial, Mecánica y Tecnología en Alimentos.

Compra de equipos y maquinarias que van a ser utilizados en la fábrica: Comprende todos aquellos equipos industriales que son utilizados para el procesamiento de los jugos de frutas, los cuales deben ser de alta tecnología para de esta forma brindar un producto de calidad a nuestros clientes.

Se detallan a continuación las principales máquinas y equipos que utilizaremos:

- 🍌 Mesa de selección para escoger la mejor fruta.
- 🍌 Waher productivo de Frutas
- 🍌 Pulpadora
- 🍌 Evaporadora
- 🍌 Equipo de refrigeración
- 🍌 Bomba sanitaria
- 🍌 Envasadora
- 🍌 Equipos de cómputo, impresora, sistema contable, Router Repetidor Dd-Wrt (15778) Wifi
- 🍌 Uniforme de los operarios se incluyen también (Guantes, gorros, mascarillas).

Capacidad instalada y utilizada de la Fábrica: la fábrica esta apta para producir hasta 2000 Tm de jugo de piña por año sin ninguna dificultad. Pero sin embargo como somos una empresa que recién incursiona en el mercado no esperamos tener ventas abundantes desde un principio por lo que la empresa solo producirá un 70% de su capacidad instalada que son 1400 Tm al año.

Por supuesto se espera un aumento en la producción a lo largo de la vida útil de la planta debido al aumento de la demanda del producto pero para facilitar el cálculo en el análisis de sensibilidad se supondrá que la demanda se mantendrá estable a lo largo del tiempo.

Vida útil del Proyecto: la composición de la planta está dada en su gran mayoría por maquinarias de acero inoxidable que tienen una larga durabilidad, mismas que al tener un uso y mantenimiento adecuados podrían llegar a tener una vida útil de hasta 20 años pero para facilitar el análisis solo tomaremos una vida útil de 5 años.

Requerimiento de materia prima: Lo más recomendable para este tipo de negocios agroindustriales es que la planta en todo momento esté dotada de materia prima, de manera que estaremos preparados para las incertidumbres que se produzcan con la fruta en el mercado, estando abastecidos con suficiente materia prima para que la producción no sea interrumpida por falta de ella.

Promocionaremos de esta manera la siembra a los agricultores locales, presentándoles un modelo de desarrollo para ellos y para nosotros, adoptando así la capacidad de proveernos todo el tiempo de piñas.

El proyecto contempla un abastecimiento constante de materia prima por esto se implementarán alianzas por medio de contratos y ventas a futuro con los principales agricultores asegurando que los precios sean justos para ellos y para la empresa, evitando con esto a los especuladores y asegurando los costos en el futuro.

Manejo de la materia prima: investigando la industrialización de frutas para adquirir jugos naturales se obtuvo que la porción utilizable de la piña para este propósito es del 45% del peso de la fruta.

Lo que significa que para la obtención de una tonelada métrica de jugo natural de piña sin ningún tipo de aditivo se necesita 2.23 toneladas métricas de piña.

A continuación detallaremos el consumo de materia prima necesaria para la elaboración de 1 tonelada métrica de jugo de piña.

Cuadro # 25. Manejo de la Materia Prima necesaria para un año de Producción

Fruta	Medida	Materia Prima Por 1 TM de Jugo	Producción Anual	Materia Prima Anual
Piña	TM	2,23	2000	4460

Otros Requerimientos: Para su correcto funcionamiento la planta necesita además otros elementos tales como:

- 🍌 **Balanza Mecánica:** se necesitará una balanza para pesar el producto que será entregado por nuestros proveedores.
- 🍌 **Implementos:** son los diferentes utensilios que van a utilizar los trabajadores para cumplir con todas las normas sanitarias, como el uso de uniformes, equipo de primeros auxilios, extintores para cumplir con las exigencias legales.
- 🍌 **Vehículo:** la empresa requerirá de un camión para transportar el producto terminado a los diferentes puntos de distribución. Se plantea la posibilidad de adquirir si los niveles de producción lo requieren un montacargas para facilitar el transporte del producto terminado y para cargar el carro que distribuirá el mismo.
- 🍌 **Suministros y Servicios:** están comprendidos en este punto los gastos de servicios básicos como luz, agua, teléfono, publicidad, internet, lubricantes y combustible para los diferentes equipos. El costo promedio de combustible se ha estimado en considerando los costos de otras plantas de características similares estos se usan en grandes cantidades conjunto con los lubricantes para este tipo de industrias, una empresa así utiliza para la generación de calor calderos que funcionan con combustible llamado bunker que tiene un costo más bajo que el diesel, mismo que será utilizado en una cantidad de 20000 galones semanales.
- 🍌 **Asistencia técnica:** recibiremos asistencia técnica anual para la evaluación de las maquinarias por parte de los técnicos que las instalaron, se adiestrará correctamente al personal que maneje las máquinas para evitar que se destruyan rápidamente la fruta tiene un alto contenido de ácido por lo que es muy importante la limpieza que se realizará de manera semanal. Por esto se calcula un 10% del valor de la maquinaria como costo anual de mantenimiento.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Para la puesta en marcha de la empresa contaremos con el siguiente personal que nos apoyará en las distintas actividades que tiene la empresa.

Cuadro # 26. Personal de la Fábrica Procesadora de Piña.

Cargo a Ocupar	Número de Personas
Gerente General	1
Secretaria	1
Jefe de Compras	1
Jefe Financiero	1
Jefe de Producción y Control de Calidad	1
Jefe de Mercadeo, Publicidad y Ventas	1
Vendedor	1
Operarios	3
Bodegueros	2
Chofer	2

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

A continuación detallaremos el Recurso Material y el Talento Humano que necesitaremos en la empresa.

Cuadro # 27. Inversión del Proyecto.

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	1.100,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.200,00
VEHICULO	51.700,00
EQUIPO DE OFICINA	1.230,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	370.660,00
CAJA - BANCO	3.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	431.890,00

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Cuadro # 28. Financiación del Proyecto.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		431.890,00
Financiado	70%	302.233,00
Aporte Propio	30%	129.657,00
		431.890,00

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Cuadro # 29. Tasa.

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14,00%	0,14
		0,14

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Cuadro # 30. Préstamo Bancario.

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	302.233,00	42.312,62

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Cuadro # 30. Flujo de Caja Proyectado.

PANEMCO														
FLUJO DE CAJA PROYECTADO														
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
INGRESOS OPERATIVOS														
VENTAS	-	52.000,00	52.000,00	52.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	52.000,00	52.000,00	92.000,00	904.000,00
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		52.000,00	52.000,00	52.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	92.000,00	52.000,00	52.000,00	92.000,00	904.000,00
EGRESOS OPERATIVOS														
INVERSION INICIAL	431.890,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	5.421,24	5.421,24	5.421,24	9.509,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	10.005,24	-
GASTO DE VENTAS	-	-	-	-	325,00	-	-	-	325,00	-	-	-	325,00	-
PAGO A PROVEEDORES														459.000,00
GASTO GENERALES	-	4.783,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	81.284,88
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	431.890,00	10.204,66	10.041,66	10.041,66	14.454,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	10.366,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	14.950,66	540.284,88
FLUJO OPERATIVO	-431.890,00	41.795,34	41.958,34	41.958,34	77.545,34	81.958,34	81.958,34	81.958,34	81.633,34	81.958,34	41.958,34	41.958,34	77.049,34	363.715,12
INGRESOS NO OPERATIVOS														
PRESTAMO BANCARIO	302.233,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	302.233,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS														
INVERSIONES														
PAGO DE CAPITAL	-	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	60.446,60
PAGO DE INTERESES	-	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	42.312,62
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	102.759,22
FLUJO NETO NO OPERATIVO	302.233,00	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-102.759,22
FLUJO NETO	-129.657,00	33.232,08	33.395,08	33.395,08	68.982,08	73.395,08	73.395,08	73.395,08	73.070,08	73.395,08	33.395,08	33.395,08	68.486,08	260.955,90
SALDO INICIAL	-	6.500,00	39.732,08	73.127,15	106.522,23	175.504,30	248.899,38	322.294,45	395.689,53	468.759,60	542.154,68	575.549,75	608.944,83	3.000,00
FLUJO ACUMULADO	-	39.732,08	73.127,15	106.522,23	175.504,30	248.899,38	322.294,45	395.689,53	468.759,60	542.154,68	575.549,75	608.944,83	677.430,90	263.955,90

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

TIR DEL NEGOCIO

70,5%

TIR DEL INVERSIONISTA

38%

Cuadro # 31. Estado de Pérdidas y Ganancias.

PANEMCO						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	904.000,00	958.240,00	1.015.734,40	1.076.678,46	1.141.279,17	5.095.932,04
(-) COSTO DE VENTAS	459.000,00	486.540,00	515.732,40	546.676,34	579.476,92	2.587.425,67
UTILIDAD BRUTA	445.000,00	471.700,00	500.002,00	530.002,12	561.802,25	2.508.506,37
COSTOS INDIRECTOS	130.309,88	135.132,97	140.245,45	144.278,68	150.023,06	699.990,04
(-) DEPRECIACION						-
(-) AMORTIZACION						
UTILIDAD OPERACIONAL	314.690,12	336.567,03	359.756,55	385.723,44	411.779,19	1.808.516,33
(-) GASTOS FINANCIEROS	42.312,62	33.850,10	25.387,57	16.925,05	8.462,52	126.937,86
UTILIDAD ANTES PART. IMP	272.377,50	302.716,93	334.368,98	368.798,39	403.316,66	1.681.578,47
PARTICIPACION EMPLEADOS	40.856,63	45.407,54	50.155,35	55.319,76	60.497,50	252.236,77
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	231.520,88	257.309,39	284.213,63	313.478,63	342.819,16	1.429.341,70
IMPUESTO RENTA	57.880,22	64.327,35	71.053,41	78.369,66	85.704,79	609.572,19
UTILIDAD NETA	173.640,66	192.982,04	213.160,22	235.108,98	257.114,37	1.072.006,27

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

Cuadro # 32. Ratios Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-431.890,00	363.715,12	286.855,18	299.046,66	312.153,69	325.728,77

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	14,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO MAYOR AL 12%	
SUMATORIA DE FLUJOS	1.587.499,42
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	431.890,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	73,51%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		1.095.615,44
VAN	POSITIVO	663.725,44
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,65
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	65,07
TASA INTERNA DE RETORNO		70,50%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	904000,00
COSTO DIRECTO	459.000,00
COSTO INDIRECTO	130309,88
FLUJO NETO	260955,90
PAGO DE DIVIDENDOS	60446,60
GASTOS FINANCIEROS	42312,62
GASTOS PERSONAL	73726,88
ACTIVOS FIJOS NETOS	379.865,00

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	264719,40
EN PORCENTAJE	29,28%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	213212,49
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	5,32
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	12,84%
INDICE DE EMPLEO		0,19

INDICE DE DEUDA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	\$ 431.890,00	\$ 643.820,90	\$ 787.354,39	\$ 951.541,88	\$ 1.138.684,92	\$ 1.347.865,56
PASIVOS	\$ 129.657,00	\$ 303.297,66	\$ 496.279,70	\$ 709.439,92	\$ 944.548,90	\$ 1.201.663,27
	3,33	2,12	1,59	1,34	1,21	1,12

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	263.955,90
ACTIVOS TOTALES	643.820,90
UTILIDAD NETA	173.640,66

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ		
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5900 59,00%

RENDIMIENTO CORRIENTE		
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2697 26,97%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	1.587.499,42
GASTOS FINANCIEROS	126.937,86
INVERSION INICIAL	431.890,00
UTILIDAD NETA	1.072.006,27
VALOR DEL CREDITO	302.233,00
VENTAS	5.095.932,04
COSTO DE VENTA	3.287.415,71
TOTAL DEL ACTIVO	186.537,00

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

5.7.3 Impacto.

- 🍌 Fortalecer el desarrollo económico de los agricultores de Milagro.
- 🍌 Rescatar la identidad de Milagro como agricultor de piña que se estaba perdiendo.
- 🍌 Incentivar a que familias tengan mejores ingresos invirtiendo en el cultivo de piña porque vamos a tener convenios con los proveedores y contratos a futuro que les permitirá vender sus productos antes de cosecharlos.
- 🍌 Disminuir el desempleo directa o indirectamente al abrir plazas de trabajo en la ciudad.
- 🍌 Publicitar a Milagro ofreciendo un producto netamente milagreño.
- 🍌 Incentivar el turismo al promocionar un producto de esta ciudad, ya que hay personas que no saben dónde está ubicado.

5.7.4 Cronograma

El tiempo contemplado para el desarrollo de la industria es de 6 meses, de aquí en adelante la planta procesadora entrará a funcionar en un 70% de su capacidad instalada.

Diagrama # 2. Diagrama de Gantt.

	2012											2013 - en adelante				
	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.
Adquisición del terreno	█															
Selección del financiamiento		█														
Adecuación de la infraestructura.		█														
Compra de equipos y maquinarias.			█													
Selección de personal.		█														
Adquisición de activos fijos.			█													
Obtención y manejo de la materia prima.		█	█	█												
Obtención de permisos legales.	█															
Otros Requerimientos.			█	█												
Instalación				█	█	█	█	█								
Prueba								█								
Puesta en Marcha									█							
Jugo de Piña										█	█	█	█	█	█	█
Limpieza										█	█	█	█	█	█	█
Mantenimiento												█				█

Elaborado por: Mabel Alarcón – Pamela Sánchez

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- 🍌 Proyectar un producto de calidad, contando con el talento humano propicio en todas las áreas señaladas, y que todos los procesos de elaboración del jugo sean los más óptimos. Logrando que la empresa se desarrolle cumpliendo sus objetivos.
- 🍌 Aumentar el nivel de satisfacción tanto personal como empresarial, desarrollando un sentido de progreso.
- 🍌 Elevar y motivar la moral de la fuerza de trabajo e identificarse con los objetivos de la organización.

- 🍍 Contribuir al mejoramiento de la productividad, por medio de la capacitación a los empleados para de esta forma estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos que se puedan presentar.
- 🍍 Desarrollar estrategias para ubicarse dentro del mercado competitivo local y regional.

CONCLUSIONES

Después de haber realizados los estudios pertinentes para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto. Hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- 🍍 La ciudad de Milagro presenta las condiciones más optimistas en cuanto se refiere al cultivo de la piña que es la materia prima a utilizarse en el proyecto, se ha considerado que se podrá tener un abastecimiento normal durante todo el año, con periodos estacionales determinados pero lo suficiente para abastecer al mercado local.
- 🍍 Se ha optado por la instalación de una planta procesadora de jugos de piña en la ciudad de Milagro vía a Naranjito a unos 1000m de Linderos de Venecia porque se encuentra cerca a la fruta ya que posibilita la flexibilidad en cuanto al producto final y la distribución.
- 🍍 Desde el punto de vista financiero el proyecto resulto ser viable, los resultados obtenidos manifiestan que el proyecto está en capacidad de retornar la inversión, con un excedente de efectivo en USD y una tasa de retorno del 70,5%. De igual manera, desde el punto de social está en capacidad de generar fuentes de empleo a las personas de la ciudadanía.
- 🍍 El éxito del proyecto estará vinculado con el cuidado constante de los procesos productivos, especialmente en la entrada de la materia prima que de acuerdo con los estándares establecidos se debe escoger una fruta de calidad, asegurando un producto de excelente sabor. El mercado es muy exigente y siempre valoran la calidad de un producto.

RECOMENDACIONES

- 🍌 Elaborar programas de asistencia técnica y agrícola con los pequeños productores, forjando un compromiso con ellos en el ámbito de calidad, precios, transporte, etc. con el fin de obtener, la provisión continua de la materia prima.
- 🍌 Ofrecer a nuestros clientes precios justos y razonables, todo esto acompañado de un buen servicio, que será innovado a través de estrategias de venta, logrando así cubrir las necesidades de los clientes con el fin de que se nos caracterice de forma diferente frente a la competencia de tal forma que se cree lealtad por parte de nuestros clientes hacia nuestro negocio.
- 🍌 Realizar estudios de mercado pertinentes para potencializar la demanda con el fin de llegar a ejecutar mejores programas y promociones indispensables en la estructura organizativa del negocio lo cual nos permitirá lograr la auto sostenibilidad y rentabilidad deseada que se propone en este estudio a fin de dar a conocer un buen producto en cuanto a calidad y sabor.
- 🍌 Estar siempre en contacto con los proveedores, socios y clientes de los avances de la empresa y de las promociones existentes, tomando en cuenta los resultados analizados en las investigaciones de mercado para poder identificar las nuevas necesidades de los clientes y atraer más inversionistas.
- 🍌 Realizar un mayor número de alianzas estratégicas con los proveedores de la materia prima, no solo de Milagro sino de otras partes del territorio nacional con el objetivo de mejorar y fortalecer el negocio, para cumplir con los objetivos trazados en cuanto a expansión se refiere.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DIAZ, Ivana y PALMA, Carlota: *Propuesta para la Creación de una Empresa Exportadora de Piña Ubicada en la Ciudad de Naranjito*. En el año 2011, tesis de grado para optar al título de licenciatura en gestión empresarial, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, 2011.

OIRSA. *Manual técnico. Seminario sobre producción y manejo pos cosecha de la piña para la exportación*, Año 2005, Pág. 20-67, El salvador, OIRSA

OIRSA. *Manual técnico de fitosanidad en piña*, Año 2005, Pág. 3-102, El salvador, OIRSA

OIRSA. *Manual técnico de buenas prácticas de cultivo en piña*, Año 2005, Pag. 13-45, El salvador, OIRSA.

ELLEN, Sancho Barrantes. *Libro Fruticultura especial Piña y papaya Tomo 3*, Año 1991, Pág. 19, Costarica.

LINKOGRAFIA

UTEPI. *Estudio Agroindustrial en el Ecuador: Competitividad de la cadena de valor y perspectivas de mercado*, http://issuu.com/mipro/docs/piniaestudio_agroindustrial.

CORPEI: *Perfil de la piña*, www.corpei.org/.

CASTRO, Soledad: *Frente Nacional de Sectores Afectados por la Producción Piñera*, http://detrasdelapina.org/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=16%3AAbreve-historia-de-la-produccion-piñera-laexportaci&catid=21%3Adatos&lang=es.

<http://www.abmnegocios.com/Pina.html>.

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4927/1/7749.pdf>.

<http://www.mis-recetas.org/recetas/show/16434-queso-de-pina-ecuatoriano>.

http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=278:cultivo-de-pina-con-perspectivas-para-mercado-internacional&catid=47:articulos-tecnicos&Itemid=34.

<http://www.monografias.com/trabajos57/la-pina/la-pina.shtml>.

http://es.123rf.com/photo_8298972_antecedentes-de-la-pi-a.html.

<http://www.encolombia.com/economia/Cultivos/Origenydistribuciondelapi%C3%B1a.htm>.

<http://historiadelagastronomia.over-blog.es/article-la-pi-a-60706448.html>.

http://detrasdela-pina.org/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=16%3Abreve-historia-de-la-produccion-de-piara-la-exportacion&catid=21%3Adatos&lang=es.

http://www.efemerides.ec/1/nov/can_15.htm.

<http://www.eumed.net/libros/2007c/306/metodos%20generales%20de%20la%20investigacion%20cientifica.htm>. BIJARRO, Francisco. Desarrollo Estratégico para la Investigación científica.

<http://www.extra.ec/ediciones/2010/07/26/especial/que-rica-pina-tiene-esta-tierra/>

<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en|es&u=http://endlessexistence.blogspot.com/2009/02/pineapple-miracle-fruit.html>

http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/pina.htm

<http://www.monitorhispano.com/noticia/326/tiempo-de-pina>

http://zamo-oti-02.zamorano.edu/tesis_infolib/2010/T2981.pdf

<http://www.embajada-ecuador.ru/comercial/index.php/es/productos-exportados-del-ecuador-a-rusia/292-notable-crecimiento-de-las-exportaciones-ecuatorianas-de-pina-a-la-federacion-de-rusia-en-el-2009.html>

<http://www.eluniverso.com/2011/01/17/1/1356/cultivo-pina-decrece-ante-retiro-empresas.html?p=1356A&m=256>

http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=278:cultivo-de-pina-con-perspectivas-para-mercado-internacional&catid=47:articulos-tecnicos&Itemid=34

http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=16734

<http://www.agroeconomica.pe/tag/ecuador-produccion-pina/>

<http://www.agritourscr.com/spanish/acerca-de.htmn>

<http://www.botanical-online.com/pina.htm>

A

N

E

X

O

S

a. Anexo 1: Formato de Encuesta dirigida a los consumidores



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y COMERCIALES**

CARRERA DE ECONOMIA

Encuesta dirigida a los microempresarios de la zona comercial de Milagro, con el objetivo de identificar el desarrollo productivo de las microempresas y determinar la factibilidad en la creación de una compañía que colabore en la gestión para su mejor funcionamiento.

Solicitamos de la manera más cordial, nos colabore con la contestación de las siguientes preguntas que servirán en gran medida para el cumplimiento de los

Marque con una X la respuesta de su selección

1) ¿ Considera usted que la piña es una fruta nutritiva, y apetecible para la comunidad milagreña?	7) ¿En caso de existir esta empresa de derivados (jugos) de piña con que frecuencia consumiría este producto:
Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/>	Niños <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Adultos mayores <input type="checkbox"/> Todos <input type="checkbox"/>
2) ¿ Cree usted que la piña es una de los frutos que representa la cultura y simbología ancestral y actual de Milagro?	7) ¿Conoce usted las propiedades y beneficios de la piña?
Niños <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Adultos mayores <input type="checkbox"/> Todos <input type="checkbox"/>	Mucho <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/>
3) ¿ A usted le gusta consumir piña?	8) ¿En caso de producirse el jugo de piña quienes en su hogar cree que los consumirían más?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Muy poco <input type="checkbox"/>	Niños <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Personas mayores <input type="checkbox"/>
4) ¿Con qué frecuencia usted consume piña?	9) ¿En que tamaño de presentación le gustaría consumir el producto?
Mucho <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Casi nada <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/>	Tamaño lonchera <input type="checkbox"/> Personal <input type="checkbox"/> Medio litro <input type="checkbox"/> Un litro <input type="checkbox"/>
5) ¿Estaría de acuerdo que en el cantón	10) ¿Cree usted que al crearse e implementarse la fábrica procesadora de piña, se generarían fuentes de empleo y a la vez mejoraría el nivel socio económico del agricultor milagreño?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Talvez <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Talvez <input type="checkbox"/>

b. Anexo 2: Formato de Encuesta dirigida a los agricultores



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y COMERCIALES**

CARRERA DE ECONOMIA

Encuesta dirigida a los microempresarios de la zona comercial de Milagro, con el objetivo de identificar el desarrollo productivo de las microempresas y determinar la factibilidad en la creación de una compañía que colabore en la gestión para su mejor funcionamiento.

Solicitamos de la manera más cordial, nos colabore con la contestación de las siguientes preguntas que servirán en gran medida para el cumplimiento de los

Marque con una X la respuesta de su selección

<p>1) ¿ Considera usted que la piña es una fruta apetecible para la comunidad milagreña en general?</p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>En desacuerdo <input type="checkbox"/></p>	<p>7) ¿ Estaría usted dispuesto a mejorar el cultivo si la empresa así lo requiriera?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>Probablemente <input type="checkbox"/></p> <p>Poco Probable <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
<p>2) ¿ Cree usted que la piña es una de los frutos que representa la cultura y simbología ancestral y actual de Milagro?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Talvez <input type="checkbox"/></p>	<p>7) ¿ Le gustaría a Usted tener capacitación técnica y apropiada para gestionar los recursos económicos y por ende, volver a cultivar o incrementar esta actividad?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Talvez <input type="checkbox"/></p>
<p>4) ¿ Usted considera que la piña debería volver a cultivarse de forma masiva?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Talvez <input type="checkbox"/></p>	<p>8) ¿Considera beneficioso para el sector agrícola la existencia de empresas que se dediquen a elaborar productos derivados de la piña?</p> <p>Muy beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>Poco beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>Nada beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>Indiferente <input type="checkbox"/></p>
<p>5) ¿Cuál considera usted que es el principal problema para que se desista de cultivar piña?</p> <p>Depreciación de la fruta por parte de los intermediarios <input type="checkbox"/></p> <p>Demasiada inversión y poco rentabilidad <input type="checkbox"/></p> <p>Desinterés de parte de las instituciones públicas y privadas <input type="checkbox"/></p> <p>Ausencia de una empresa que elabore derivados de la fruta <input type="checkbox"/></p> <p>Todas las anteriores <input type="checkbox"/></p>	<p>9) ¿A usted le gustaría tener un cupo para ser proveedor de la empresa que estaría por crearse?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Talvez <input type="checkbox"/></p>
<p>6) ¿En caso de existir apoyo del Ministerio de Agricultura y entidades financieras retomaría o incrementaría la actividad del cultivo de la piña?</p> <p>Muy Probablemente <input type="checkbox"/></p> <p>Probablemente <input type="checkbox"/></p> <p>Poco probable <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>10) ¿Cree usted que al crearse e implementarse la fábrica procesadora de piña, se generarían fuentes de empleo y a la vez mejoraría el nivel socio económico del agricultor milagreño?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Talvez <input type="checkbox"/></p>
<p>3) Considera Usted que actualmente la producción de piña:</p> <p>Ha disminuido <input type="checkbox"/></p> <p>ha incrementado <input type="checkbox"/></p> <p>Se mantiene <input type="checkbox"/></p>	

c. Anexo 3: Inversión de Activos Fijos

PANEMCO			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
6	ESCRITORIOS	85,00	510,00
6	SILLAS GIRATORIAS DE OFICINA	40,00	240,00
5	SILLAS DE ESPERA	30,00	150,00
2	ARCHIVADORES	100,00	200,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1.100,00
EQUIPOS DE OFICINA			
2	AIRE ACONDICIONADO	350,00	700,00
7	TELEFONOS	40,00	280,00
2	ASPIRADORA	100,00	200,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	50,00	50,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			1.230,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
6	COMPUTADORAS E IMPRESORAS	650,00	3.900,00
1	SISTEMA CONTABLE	300,00	300,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			4.200,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
1	BALANZA	450,00	450,00
1	MEZCLADORA	500,00	500,00
1	WAHER PRODUCTIVO DE FRUTAS	1.000,00	1.000,00
1	ENVASADORA	10.000,00	10.000,00
1	DESPULPADORA DE FRUTAS	1.500,00	1.500,00
1	TANQUE DOSIFICADOR	3.000,00	3.000,00
1	VARIOS UTENCILIOS	1.000,00	1.000,00
1	TANQUE DE ALUMINIO	300,00	300,00
1	EQUIPO DE REFRIGERACION	6.500,00	6.500,00
1	EVAPORADORA	200.000,00	200.000,00
1	ENFRIADORA	70.000,00	70.000,00
1	BOMBA SANITARIA	9.000,00	9.000,00
1	MAQUINA DE EMPAQUE	2.000,00	2.000,00
1	SELLADORA	410,00	410,00
1	INTERCAMBIADOR DE CALOR	15.000,00	15.000,00
1	CALDERA	40.000,00	40.000,00
1	EQUIPAMIENTO DE LABORATORIO	10.000,00	10.000,00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS			370.660,00
VEHICULOS			
1	CAMION MARCA CHEVROLET SERIE N NLR 55E	26.700,00	26.700,00
1	MONTACARGAS	25.000,00	25.000,00
TOTAL VEHICULOS			51.700,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			428.890,00

d. Anexo 4: Depreciación De Los Activos Fijos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1.100,00	10%	9,17	110,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.200,00	33%	115,50	1.386,00
VEHICULO	51.700,00	20%	861,67	10.340,00
EQUIPO DE OFICINA	1.230,00	10%	10,25	123,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	370.660,00	10%	3.088,83	37.066,00
TOTAL	428.890,00		4.085,42	49.025,00

e. Anexo 5: Detalle de los Gastos

PANEMCO DETALLE DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE GENERAL	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.632,00	8.089,92	8.575,32	9.089,83
SECRETARIA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.816,00	4.044,96	4.287,66	4.544,92
JEFE DE COMPRAS	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89
JEFE FINANCIERO	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89
JEFE DE PRODUCCIÓN	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89
JEFE DE MERCADEO	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89
CHOFER 2	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.632,00	8.089,92	8.575,32	9.089,83
OPERARIOS 3	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00	11.448,00	12.134,88	12.862,97	13.634,75
BODEGUEROS 2	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	7.008,00	7.428,48	7.874,19	8.346,64	8.847,44
VENDEDOR Comisionista	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.816,00	4.044,96	4.287,66	4.544,92
APORTE PATRONAL	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	537,24	6.446,88	6.833,69	7.243,71	7.678,34	8.139,04
DECIMO CUARTO				4.088,00									4.088,00	4.333,28	4.593,28	4.868,87	5.161,01
DECIMO TERCERO												4.584,00	4.584,00	4.859,04	5.150,58	5.458,62	5.787,19
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.421,24	5.421,24	5.421,24	9.509,24	5.421,24	10.005,24	73.726,88	78.150,49	82.839,52	87.809,89	93.078,49						
GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	636,00	674,16	714,61	757,49
ENERGIA ELECTRICA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	636,00	674,16	714,61	757,49
TELEFONO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	763,20	808,99	857,53	908,98
SERVICIOS DE INTERNET	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.272,00	1.348,32	1.429,22	1.514,97
UTILES DE OFICINA	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	572,40	606,74	643,15	681,74
MATERIALES DE LIMPIEZA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	381,60	404,50	428,77	454,49
RENTA DE ESPACIO FISICO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VARIOS	363,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.563,00	2.716,78	2.879,79	3.052,57	3.235,73
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	9,17	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	115,50	1.386,00	1.386,00	1.386,00	-	-
DEPRECIACION DE VEHICULO	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	861,67	10.340,00	10.340,00	10.340,00	10.340,00	10.340,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	10,25	123,00	123,00	123,00	123,00	123,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	3.088,83	37.066,00	37.066,00	37.066,00	37.066,00	37.066,00
TOTAL GASTOS GENERALES	4.783,42	4.620,42	55.608,00	56.002,98	56.421,66	55.479,46	55.949,89										
GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	-	-	-	300,00	-	-	-	300,00	-	-	-	300,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
VIATICO VENDEDOR o IMPULSADOR	-	-	-	25,00	-	-	-	25,00	-	-	-	25,00	75,00	79,50	84,27	89,33	94,69
TOTAL GASTOS DE VENTAS	-	-	-	325,00	-	-	-	325,00	-	-	-	325,00	975,00	979,50	984,27	989,33	994,69
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	10.204,66	10.041,66	10.041,66	14.454,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	10.366,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	14.950,66	130.309,88	135.132,97	140.245,45	144.278,68	150.023,06
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	6.119,24	5.966,24	5.966,24	10.369,24	5.966,24	5.966,24	5.966,24	6.281,24	5.966,24	5.966,24	5.966,24	10.865,24	81.284,88	86.107,97	91.220,45	96.639,68	102.384,06
GASTOS GENERALES	698,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	6.583,00	3.879,60	4.112,38	4.359,12	4.620,67
DEPRECIACION	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	4.085,42	49.025,00	49.025,00	49.025,00	47.639,00	47.639,00
													49.025,00	98.050,00	147.075,00	194.714,00	242.353,00

f. Anexo 6: Varios Gastos Para Oficina

VARIOS PARA GASTOS DE OFICINA				
RAZON	CANT.		COSTO	total
UNIFORMES	11	unidades	25	275
SUMINISTROS Y MATERIALES	2	docena	10	20
BUNKER	20	galones	1	20
GUANTES	4	pares	12	48
total				363

g. Anexo 7: Varios Gastos Para Oficina

										<u>PANEMCO</u>											
										PRESUPUESTO DE INGRESOS											
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL
	ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO		
JUGO DE PIÑA TETRAPACK (1 LITRO)	10,000	1,20	12,000.00	10,000	1,20	12,000.00	10,000	1,20	12,000.00	15,000	1,20	18,000.00	15,000	1,20	18,000.00	15,000	1,20	18,000.00	15,000	1,20	18,000.00
JUGO DE PIÑA TETRAPACK (450 ml)	20,000	0,70	14,000.00	20,000	0,70	14,000.00	20,000	0,70	14,000.00	40,000	0,70	28,000.00	40,000	0,70	28,000.00	40,000	0,70	28,000.00	40,000	0,70	28,000.00
TOTAL DE INGRESOS	30,000		62,000.00	30,000		62,000.00	30,000		62,000.00	55,000		92,000.00	55,000		92,000.00	55,000		92,000.00	55,000		92,000.00

UNIDADES	P.U.	TOTAL	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL									
AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE									
15,000	1,20	18,000.00	15,000	1,20	18,000.00	10,000	1,20	12,000.00	10,000	1,20	12,000.00	12,000.00	15,000	1,20	18,000.00						
40,000	0,70	28,000.00	40,000	0,70	28,000.00	20,000	0,70	14,000.00	20,000	0,70	14,000.00	14,000.00	40,000	0,70	28,000.00						
55,000		92,000.00	55,000		92,000.00	30,000		62,000.00	30,000		62,000.00	62,000.00	55,000		92,000.00	\$ 904,000.00	\$ 958,240.00	\$ 1,015,734.40	\$ 1,076,678.46	\$ 1,141,279.17	\$ 5,095,932.04
																\$ 904,000.00	\$ 958,240.00	\$ 1,015,734.40	\$ 1,076,678.46	\$ 1,141,279.17	\$ 5,095,932.04

h. Anexo 8: Flujo De Caja Proyectado

PANEMCO																				
FLUJO DE CAJA PROYECTADO																				
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
INGRESOS OPERATIVOS																				
VENTAS	.	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	904.000,00	958.240,00	1.015.734,40	1.076.678,46	1.141.279,17	5.085.932,04	
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	52.000,00	904.000,00	958.240,00	1.015.734,40	1.076.678,46	1.141.279,17	5.085.932,04	
EGRESOS OPERATIVOS																				
INVERSION INICIAL	431.890,00	
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	.	5.421,24	5.421,24	5.421,24	9.508,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	5.421,24	10.005,24	
GASTO DE VENTAS	325,00	.	.	.	325,00	.	.	.	325,00	
PAGO A PROVEEDORES	459.000,00	406.540,00	516.732,40	546.676,34	579.476,92	2.587.425,67	
GASTO GENERALES	.	4.783,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	4.620,42	81.284,88	86.107,97	91.220,45	96.639,68	102.384,06	457.637,04	
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	40.856,63	45.407,54	50.155,35	55.319,76	60.497,50
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	57.880,22	64.327,35	71.053,41	78.389,66	85.704,79
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	431.890,00	10.204,66	10.041,66	10.041,66	14.454,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	10.366,66	10.041,66	10.041,66	10.041,66	14.950,66	540.204,88	671.384,92	716.687,74	764.524,78	816.550,40	3.191.266,00	
FLUJO OPERATIVO	431.890,00	41.795,34	41.958,34	41.958,34	77.545,34	81.958,34	81.958,34	81.958,34	81.633,34	81.958,34	41.958,34	41.958,34	77.049,34	363.795,12	286.855,10	299.046,66	312.153,69	325.728,77	1.587.499,42	
INGRESOS NO OPERATIVOS																				
PRESTAMO BANCARIO	302.233,00	
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	302.233,00	
EGRESOS NO OPERATIVOS																				
INVERSIONES																				
PAGO DE CAPITAL	.	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	5.037,22	60.446,60	60.446,60	60.446,60	60.446,60	60.446,60	302.233,00	
PAGO DE INTERESES	.	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	3.526,05	42.312,62	33.850,10	25.387,57	16.925,05	8.462,52	126.937,06	
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	.	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	8.563,27	102.759,22	94.296,70	85.834,17	77.371,65	68.909,12	429.170,06	
FLUJO NETO NO OPERATIVO	302.233,00	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-8.563,27	-102.759,22	-94.296,70	-85.834,17	-77.371,65	-68.909,12	-429.170,06	
FLUJO NETO	-129.657,00	33.232,08	33.395,08	33.395,08	68.982,08	73.395,08	73.395,08	73.395,08	73.070,08	73.395,08	33.395,08	33.395,08	68.486,08	261.035,90	192.558,40	213.212,49	224.782,04	256.819,65	1.158.328,56	
SALDO INICIAL	.	6.500,00	39.732,08	73.127,15	106.522,23	175.504,30	248.899,38	322.294,45	395.689,53	468.759,60	542.154,68	575.549,75	608.944,83	3.000,00	263.955,90	456.514,39	669.726,88	904.508,92		
FLUJO ACUMULADO	.	39.732,08	73.127,15	106.522,23	175.504,30	248.899,38	322.294,45	395.689,53	468.759,60	542.154,68	575.549,75	608.944,83	677.430,90	263.955,90	456.514,39	669.726,88	904.508,92	1.161.328,56		

i. Anexo 9: Costo ABC

	Elemento de costo					
	Productos					TOTAL
	Materia Prima	Insumos	Transporte	Mano de Obra	Materiales	(miles US\$)
Productos			x			150,00
		x				1500,00
	x					2000,00
				x		4550,00
					x	1962,21
	2000,00	1500,00	150,00	4550,00	1962,21	10162,21

Elemento de costo			TOTAL	COSTO TOTAL
Agua y energía	Equipos y maquinarias (amortizacion, seguros)	Gastos de adm. (Comun, utileria)	(miles US\$)	(miles US\$)
	x		1597,75	
		x	205,00	
x			50,00	
50,00	1597,75	205,00	1852,75	12014,96

		Cuesta Producir	Precio de venta 0,40
PRODUCTOS	Unidades Producidas	Costo Total / Unidades Producidas	Valor
JUGO DE PIÑA EN TETRAPACK (1 litro)	15000	0,80	1,20
JUGO DE PIÑA TETRAPACK (450 ml)	40000	0,30	0,70

j. Anexo 10: Documentos para Permiso y Patente Municipal




 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero Sección Rentas
2012

Partida No.: 6.2.3.01.03 Valor \$ 1.00
 Recibi del Sr.: DEYSY MARINA LIMEZ VERA
 La cantidad de: UN DOLAR

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

N° 0471987 Milagro 6 de 1 del 20 2012







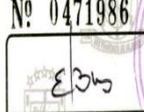

 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero Sección Rentas
2012

Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1.00
 Recibi del Sr.: DEYSY MARINA LIMEZ VERA
 La cantidad de: UN DOLAR OCHENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 520, PARA PRESTAR SERVICIOS
DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

N° 0471986 Milagro 6 de 1 del 20 2012







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

MUNICIPIO DE MILAGRO

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 **2012**

VALOR US\$ 2.00

Registro No.: _____
 N° 0005612

MUNICIPALIDAD MILAGRO
 DIRECCION FINANCIERA

 FIRMA AUTORIZADA
 Director Financiero

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00 Nº 0005625



MUNICIPIO DE MILAGRO

Declaración Individual del Impuesto del 1.5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 163 del R. O. No. 662 de Enero 1984.

Año **2012**

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del _____

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro

Número de la Declaración _____

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01	02	03	04	05	06	07	08	09
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	Cédula Identidad	Lugar de Nacimiento	Fecha de Nacimiento	Nacionalidad	Sexo M () F ()	Estado Civil
10	11	12	13	14	15	16	17	18
Domicilio Ciudad	Calle	No.	Provincia	Cantón	Teléfono	Casilla	Actividades Económicas	Título Profesional

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ARR 2012	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, _____

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0005612



MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del **2012**

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 **2012**

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA

836

FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

k. Anexo 11: Permiso de Dirección de Higiene Municipal

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 : \$
FECHA:	TÍTULO : \$
AÑO :	RECARGO : \$
RUC :	TOTAL : \$
NOMBRES:	
DIRECCIÓN:	CATEGORIA: PRIMERA
ACTIVIDAD:	

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

Tesorería Cuadro de Bomberos de Milagro

19 MARZO 2004

19/03/2004 02:10:37 PM

SECRETARÍA



SECRETARÍA

I. Anexo 12: Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS DPTO. EMISION DE PERMISOS	
Guayaquil, a 30 de Marzo	de 2012	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 RO#178 del 5 Oct/2000, concede		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO POR EL AÑO 2012		
Nombre o Razón Social :		
Tipo :	_____	
Propietario :	Código... :	_____
Dirección :	Categoría:	_____
Parroquia :	Cantón :	_____
Localidad :	R.U.C. :	_____
No. Cedula:	Cód.Int. :	_____
Tasa : _____	Dolares 	Comprob. 6591
Area # :		
DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS		
Nota...: Este Permiso debiera ser colocado en un lugar visible para procesos de control		