



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

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

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE LA PIÑA EN EL CANTÓN MILAGRO Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA DEL  
SECTOR.**

**Autores:**

**Orna López Carlos Luis**

**Dután Samaniego Diego Raúl**

**Tutor: Ec. Walter Franco, Magister.**

**Milagro, 15 de Abril del 2014**

**Ecuador**

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

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

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Análisis de la Producción, Industrialización y Comercialización de la Piña en el Cantón Milagro y su Impacto en la Economía del Sector.”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **ECONOMÍA.**

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

Presentado por los Egresados:

ORNA LÓPEZ CARLOS LUIS

C.I. 0928985696

DUTÁN SAMANIEGO DIEGO RAÚL

C.I.0924882111

**TUTOR**

---

**Ec. Walter Franco, Magister.**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egresados de la carrera de Economía, **Orna López Carlos Luis y Dután Samaniego Diego Raúl**, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Análisis de la Producción, Industrialización y Comercialización de la Piña en el Cantón Milagro y su Impacto en la Economía del Sector”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del Ec. Walter Franco, Msc.

Milagro, 15 de Abril del 2014

---

Carlos Luis Orna López

C.I. 0928985696

---

Diego Raúl Dután Samaniego

C.I. 0924882111

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

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

<b>MEMORIA CIENTÍFICA</b>	<b>[ ]</b>
<b>DEFENSA ORAL</b>	<b>[ ]</b>
<b>TOTAL</b>	<b>[ ]</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>[ ]</b>

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo principalmente a Dios por guiarme en mi camino, por el conocimiento que me ha brindado para alcanzar todas las metas que me he planteado tanto en mi vida estudiantil como personal.

A mis padres, Luis Orna y Sara López por darme siempre su apoyo incondicional en cada paso que doy, por haberme formado inculcándome buenos principios y valores brindándome siempre consejos que me supieron encaminar en mi vida estudiantil para poder alcanzar mis metas

**Carlos Luis Orna López**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi madre Luz Aurora Samaniego por ser el pilar fundamental en mi vida y mi carrera, a mis hermanos por su apoyo incondicional en especial a Cristina Landy, los llevare en mi corazón siempre.

**Diego Raúl Dután Samaniego.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a mis padres por el apoyo moral y económico que me dieron para poder cumplir este objetivo, también quiero agradecerle a todos los maestros por haberme brindados sus conocimiento

**Carlos Luis Orna López**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por la vida, salud y paz.

A mis padres por otorgarme la vida y el apoyo incondicional a diario para lograr un objetivo más en mi vida.

A mis hermanos, amigos y compañeros quienes me han apoyado en cada paso de este reto conquistado.

A la Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, por brindarme la oportunidad de formarme como un profesional de mi país.

Al tutor a cargo, Eco. Walter Franco Vera por su gran apoyo y confianza en la realización de este humilde trabajo, gracias por las capacitaciones, ideologías y paciencia que nos dedicó en cada tutoría.

**Diego Raúl Dután S.**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lic. Jaime Orozco Hernández, Msc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Análisis de la Producción, Industrialización y Comercialización de la Piña en el Cantón Milagro y su Impacto en la Economía del Sector”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 4 de Abril del 2014

---

Carlos Luis Orna López.

C.I. 0928985696

---

Diego Raúl Dután Samaniego.

c.i. 0924882111

## ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.....	i
Página de constancia de aceptación por el tutor.....	ii
Página de declaración del autoría de la investigación.....	iii
Página de certificación de la defensa (calificación).....	iv
Página de dedicatorias.....	v
Página de agradecimientos.....	vi
Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de cuadros.....	xix
Índice de figuras.....	xxv
Resumen.....	xxix
Abstract.....	xxxI
Introducción.....	xxxiii

### CÁPITULO I

#### EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 Problematización.....	1
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	4
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACION.....	5
1.3.1 Justificación de la investigación.....	5

### CÁPITULO II

#### MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	9
2.1.3 Fundamentación teórica.....	23



2.2 MARCO LEGAL .....	40
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	44
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	53
2.4.1 Hipótesis General.....	53
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	53
2.4.3 Declaración de Variables.....	54
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	55
<b>CÁPITULO III</b>	
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	57
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	59
3.2.1 Características de la población.....	59
3.2.2 Delimitación de la población.....	59
3.2.3 Tipo de muestra.....	59
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	59
3.2.5 Proceso de selección.....	60
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	60
3.3.1 Métodos Teóricos.....	60
3.3.2 Método Empírico.....	61
3.3.3 Técnicas e Instrumentos.....	61
3.4 Propuesta de procesamiento estadístico de la información.....	61
<b>CÁPITULO IV</b>	
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	63
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS .....	64
4.3 RESULTADOS.....	89
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS.....	89
<b>CÁPITULO V</b>	
<b>PROPUESTA</b>	
5.1 TEMA.....	91
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	91
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	92

5.4 OBJETIVOS .....	93
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta.....	93
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	93
5.5 UBICACIÓN .....	94
5.6 FACTIBILIDAD .....	95
5.6.1 La Empresa.....	95
5.6.2 Factibilidad legal .....	96
5.6.3 Personal.....	100
5.6.4 Manual de Funciones .....	102
5.6.5 Análisis de mercado .....	112
5.6.5.1 Análisis del FODA .....	114
5.6.5.2 Mercado .....	116
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	116
5.7.1. Actividades .....	124
5.7.2 Recurso Análisis financiero.....	132
5.7.3 Impacto.....	138
5.7.4 Cronograma .....	139
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta .....	139
CONCLUSIONES.....	140
RECOMENDACIONES.....	141
BIBLIOGRAFIA .....	142
ANEXOS.....	148

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>PAG</b>
<b>Cuadro 1</b>	
Tesis extraída del repositorio de la universidad estatal de Milagro .....	9
<b>Cuadro 2</b>	
Tesis extraída del repositorio de la universidad estatal de Bolívar .....	11
<b>Cuadro 3</b>	
Tesis extraída del repositorio de la universidad estatal de milagro .....	13

<b>Cuadro 4</b>	
Operacionalización de las variables .....	55
<b>Cuadro 5</b>	
Cantidad de encuestados por sexo .....	64
<b>Cuadro 6</b>	
Total de hombres encuestados según su estado civil .....	65
<b>Cuadro 7</b>	
Hombres encuestados según su nivel de educación .....	66
<b>Cuadro 8</b>	
Mujeres encuestadas según su estado civil .....	66
<b>Cuadro 9</b>	
Mujeres encuestadas según su nivel de educación .....	67
<b>Cuadro 10</b>	
Fruta representativa del cantón .....	68
<b>Cuadro 11</b>	
Consumo mensual de piña.....	69
<b>Cuadro 12</b>	
Empresas que produzcan derivados de piña .....	70
<b>Cuadro 13</b>	
Implementación de una empresa que industrialice la piña .....	71
<b>Cuadro 14</b>	
Tablas estadísticas .....	72
<b>Cuadro 15</b>	
Incremento en la producción de piña .....	73
<b>Cuadro 16</b>	
Formas de degustación de la piña .....	74

<b>Cuadro 17</b>	
Propiedades y beneficios de la piña .....	75
<b>Cuadro 18</b>	
Grupo de la población que consume más la piña.....	76
<b>Cuadro 19</b>	
Ganancia por cada piña vendida .....	77
<b>Cuadro 20</b>	
Recurrencia a entidades financieras. ....	78
<b>Cuadro 21</b>	
Hectáreas de terreno disponibles para la siembra de piña .....	79
<b>Cuadro 22</b>	
Tablas estadísticas .....	80
<b>Cuadro 23</b>	
Producción promedio de piña por hectárea.....	81
<b>Cuadro 24</b>	
Tabla estadística.....	82
<b>Cuadro 25</b>	
Cosecha de piñas en mal estado .....	83
<b>Cuadro 26</b>	
Ciclo de tiempo por cosecha de piña .....	84
<b>Cuadro 27</b>	
Inversión para el cultivo de una hectárea de terreno .....	85
<b>Cuadro 28</b>	
Reducción de la producción de piña por otros productos.....	86
<b>Cuadro 29</b>	
Producción destinada para la industrialización .....	87

<b>Cuadro 30</b>	
Productores dispuestos a sembrar más piña.....	88
<b>Cuadro 31</b>	
Verificación de las hipótesis.....	89
<b>Cuadro 32</b>	
Análisis FODA .....	114
<b>Cuadro 33</b>	
Matriz FOFADODA .....	115
<b>Cuadro 34</b>	
Marketing Mix.....	117
<b>Cuadro 35</b>	
Tabla de precios.....	120
<b>Cuadro 36</b>	
Materiales y equipos necesarios para la empresa .....	125
<b>Cuadro 37</b>	
Inversión del proyecto .....	132
<b>Cuadro 38</b>	
Financiación del proyecto .....	132
<b>Cuadro 39</b>	
Estado de pérdidas y ganancias.....	134
<b>Cuadro 40</b>	
Balance General .....	134
<b>Cuadro 41</b>	
Flujo de caja proyectado .....	135
<b>Cuadro 42</b>	
Índices financieros.....	136

**Cuadro 43**

Cronograma.....	139
-----------------	-----

**ÍNDICES DE GRÁFICOS****Gráfico 1**

Organigrama empresarial.....	31
------------------------------	----

**Gráfico 2**

Organización funcional.....	35
-----------------------------	----

**Gráfico 3**

Encuestados según su sexo.....	64
--------------------------------	----

**Gráfico 4**

Hombres encuestados según su estado civil.....	65
--	----

**Gráfico 5**

Hombres encuestados según su nivel de educación.....	66
--	----

**Gráfico 6**

Mujeres encuestadas según su estado civil.....	67
--	----

**Gráfico 7**

Mujeres encuestadas según su nivel de educación.....	67
--	----

**Gráfico 8**

Fruta representativa del cantón.....	68
--------------------------------------	----

**Gráfico 9**

Consumo mensual de piña.....	69
------------------------------	----

<b>Gráfico 10</b>	
Empresas que produzcan derivados de piña.....	70
<b>Gráfico 11</b>	
Implementación de una empresa que industrialice piña.....	71
<b>Gráfico 12</b>	
Histograma.....	72
<b>Gráfico 13</b>	
Incremento en la producción de piña.....	73
<b>Gráfico 14</b>	
Formas de degustación de la piña.....	74
<b>Gráfico 15</b>	
Propiedades y beneficios de la piña.....	75
<b>Gráfico 16</b>	
Grupo de población que consume más piña.....	76
<b>Gráfico 17</b>	
Ganancia por cada piña vendida.....	77
<b>Gráfico 18</b>	
Recurrencia a entidades financieras.....	78
<b>Gráfico 19</b>	
Hectáreas de terreno disponibles para la siembra de piña.....	79
<b>Gráfico 20</b>	
Histograma.....	80

<b>Gráfico 21</b>	
Producción promedio de piña por hectárea.....	81
<b>Gráfico 22</b>	
Histograma.....	82
<b>Gráfico 23</b>	
Cosecha de piñas en mal estado.....	83
<b>Gráfico 24</b>	
Ciclo de tiempo para cosecha de piña.....	84
<b>Gráfico 25</b>	
Inversión para el cultivo de una hectárea de piña.....	85
<b>Gráfico 26</b>	
Reducción de la producción de piña por otros productos.....	86
<b>Gráfico 27</b>	
Producción destinada para la industrialización.....	87
<b>Gráfico 28</b>	
Productores dispuestos a sembrar más piña.....	88
<b>Gráfico 29</b>	
Organigrama de la empresa Milagreñita.....	101
<b>Gráfico 30</b>	
Organigrama funcional.....	101
<b>Gráfico 31</b>	
Fuerzas de porter.....	102



**Gráfico 32**

Planos de la empresa.....125

**Gráfico 33**

Proceso de jugo de piña.....129

**Gráfico 34**

Proceso de mermelada de piña.....130

**Gráfico 35**

Proceso de concentrado de piña.....131

**ÍNDICES DE FIGURAS**

**FIGURA 1**

La piña .....7

**FIGURA 2**

Logo de empresas watts .....15

**FIGURA 3**

Embazado de Watts .....16

**FIGURA 4**

Fruit filling .....16

**FIGURA 5**

Planta elaboradora de derivados de fruta .....17

**FIGURA 6**

Tecnología de empresas watts.....18

**FIGURA 7**

Piña en trozos congelada.....19

**FIGURA 8**

Pulpa pausterizada de fruta natural..... 19

**FIGURA 9**

Pulpa congelada de fruta natural..... 19

**FIGURA 10**

Logo de la empresa huertosa.....21

**FIGURA 11**

Confites de frutas en funda .....21

**FIGURA 12**

Conservas de frutas .....22

**FIGURA 13**

Mermeladas guayas .....22

**FIGURA 14**

La cayena lisa .....26

**FIGURA 15**

Golden Sweet MD2 .....26

**FIGURA 16**

Ubicación de la planta .....94

**FIGURA 17**

Logo de la empresa..... 116

**FIGURA 18**

Etiqueta de envase de mermelada de piña ..... 118

**FIGURA 19**

Etiqueta de envase de concentrado de piña ..... 119

**FIGURA 20**

Etiqueta de envase de jugo de piña ..... 120

**FIGURA 21**

Afiche de jugo de piña ..... 121

**Figura 22**

Página de Facebook de jugo de piña..... 122

**Figura 23**

Afiche de concentrado de piña..... 122

**Figura 24**

Página oficial del twiter del concentrado de piña..... 123

**Figura 25**

Afiche de mermelada de piña..... 123

## RESUMEN

Desde hace tiempos atrás y hasta la presente fecha, la economía del Ecuador se ha caracterizado por proveer únicamente materia prima tanto en el mercado nacional como internacional y a la vez como importadora de bienes, servicios y productos de mayor valor agregado.

La transformación de la matriz productiva es el reto de mayor ambición en el Ecuador, permitiendo así el procesamiento de muchas materias primas y convirtiéndolas en un producto final de primera calidad, es aquí que mediante el análisis de dicho suceso y por la notable ausencia de empresas dedicadas a la extracción de derivados de piña en el Cantón Milagro, surge el nacimiento de nuestra idea la cual se trata de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de piña obteniendo derivados como jugo, mermelada y concentrados para el periodo 2014.

De esta manera podemos conseguir que la economía tanto local como nacional tenga un superávit debido a que la empresa otorgaría varias fuentes de trabajo, incentivando también así al agricultor de piña a que produzca en mayores cantidades ya que contaría con un respaldo de nuestra empresa, además ayudaría al cantón Milagro a recuperar su identidad cultural como ciudad de las piñas. Mediante un estudio de mercado local, hemos concluido que los resultados del proyecto a realizarse tiene una favorable aceptación, para esto de gran ayuda fueron tanto el análisis de las cinco fuerzas de Porter como el análisis FODA ya que gracias a estos indicadores analíticos pudimos identificar cada una de nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en las cuales fueron aplicadas diversas técnicas y estrategias concluyendo que la creación de la fábrica procesadora de derivados de piña generaría una excelente rentabilidad.

Una vez analizados y obtenidos los datos de mayor importancia para nuestro estudio, hemos realizado la proyección de ingresos mensuales y anuales, posteriormente hemos hecho un revisión de los estados financieros en lo cual nos hemos dado cuenta que existe una variación como lo es en el efectivo y en la utilidad. Es así que el cumplimiento de nuestras proyecciones necesitaríamos aplicar diversas estrategias comerciales y de marketing para lograr así la fidelidad de

nuestros clientes y la consolidación de nuestros proveedores de materias primas, garantizándonos de esta manera el éxito empresarial al que apuntamos. Trabajando dados de la mano con los objetivos del buen vivir para un Ecuador mejor, obteniendo un producto de calidad para brindar a la ciudadanía es una de nuestras metas a conseguir, respetando el medio ambiente y la salud de nuestros clientes.

**Palabras claves:**

Matriz productiva, superávit, agricultor, identidad cultural.

## ABSTRACT

For some time ago and to this date, Ecuador's economy has been characterized by providing only raw material both in domestic and international markets and also as importer of goods, services and products with higher added value.

The transformation of the productive matrix is the challenge of greater ambition in Ecuador , allowing the processing of many raw materials and turning them into a final product of high quality , it is here that by analyzing this event and the notable absence of Companies dedicated to the extraction of derivatives pineapple in Canton Milagro , the birth of our idea that this is a feasibility study for the establishment of a processing company obtaining derivatives as pineapple juice , jam and concentrates for the period 2014 arises .

In this way we can get both local and national economy has a surplus because the company would provide several jobs, also encouraging and farmers pineapple producing in larger amounts as would have a backup of our company , as well Miracle to help the county recover their cultural identity as a city of pineapples . Through a study of the local market, we have concluded that the results of the project to be carried have a favorable acceptance for this great help were both the analysis of the five forces of Porter as SWOT analysis and thanks to these summary measures could identify each one of our strengths, weaknesses, opportunities and threats, which were applied various techniques and strategies concluded that the establishment of the processing plant derived from pineapple generate excellent returns.

Once analyzed and obtained the data of greatest importance to our study, we performed a screening of monthly and annual revenue, we have subsequently done a review of the financial statements in which we realize that there is variation as it is effective and income. Thus fulfilling our projections need apply various commercial and marketing strategies in order to achieve the loyalty of our customers and consolidate our raw material suppliers, guaranteeing in this way the business success that aim. Working hand given the objectives of the good life for a better Ecuador, obtaining a quality product to provide the public is one of our goals to be achieved, while respecting the environment and the health of our customers.

**Keywords:**

Matrix production, surplus, farmer, cultural identity.

## INTRODUCCIÓN.

Milagro es un cantón donde por su ubicación geográfica se cultivan una gran variedad de frutas tropicales, siendo el cultivo de la piña el más importante ya que le ha dado un reconocimiento nacional conociendo así a la ciudad de milagro como la “tierra de las piñas”. Pero en los últimos años esto ha venido cambiando debido a que los agricultores han decidido desplazar el cultivo de la piña por otros, como la caña de azúcar, cacao, banano, plátano, maíz, arroz, tabaco, pasto, y flores ya que estos cultivos son de ciclos cortos. Otro de los factores que ha motivado mucho a los agricultores ha sido la fuerte demanda de flores y plantas ornamentales por los trabajos de regeneración urbana que comenzaron en Guayaquil y el surgimiento de urbanizaciones. Milagro dejó de ser el mayor proveedor de piña debido a que son traídas de otros cantones tales como: Roberto Astudillo, Naranjito, Bucay y Santo Domingo de los Colorados.

Es por esta razón que el presente trabajo tiene como principal objetivo estudiar la modificación de la matriz productiva en relación a la comercialización, venta y producción de los derivados de la piña en el cantón Milagro.

Tomando en consideración todas las necesidades que tenga el productor para así poder rescatar este sembrío que por muchas generaciones ha sido la simbología de Milagro.



# **CÁPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

#### **1.1.1 Problematización.**

El cantón San Francisco de Milagro se ha ganado una identidad a través de los años como “La tierra de Las Piñas”, debido a la magnitud de producción de esta fruta que era cosechada por los agricultores de dicha localidad. Obteniendo información de varias fuentes, se analizó las tendencias decrecientes en lo que respectan los 5 últimos años de producción de la piña en el cantón Milagro, es decir desde el año 2009 al 2014.

Dando como resultado varios factores a tomar en cuenta tales como: El escaso interés de la producción de la piña, el aumento en la producción de cultivos de ciclos cortos, los altos costos de producción de la piña, la carencia de conocimientos técnicos por parte de los productores al momento de la cosecha.

El poco interés de la producción de la piña, se da debido al aumento de los gastos de agua y combustible necesarios para el riego. La siembra de piña en el cantón Milagro ha venido decreciendo puesto que desde hace algún tiempo muchos agricultores optan por cultivar banano, cacao, la caña de azúcar, ya que estos productos ofrecen un mejor rendimiento con un menor riesgo de precio y ciclo de tiempo, debido a que el de la piña es muy extenso.

El aumento en la producción de cultivos de ciclos cortos, viene dado de la mano por la variación del precio de los insumos, la cual provoca que los agricultores desistan en la siembra de piña debido a que el monto de inversión existente para diversas acciones como la preparación del terreno, compra de semillas certificadas, fertilizantes, entre otros, muchas veces alteran el presupuesto del productor, trayendo como resultado que los agricultores opten emplear o invertir en otras clases de cultivos tales como: banano, cacao, mango, la caña de azúcar, el maíz, los viveros, y demás, provocando así una escases de hectáreas de terreno disponibles para el cultivo de la piña.

Los altos costos de producción de la piña, combinado con varios factores como los cambios en el mercado, han hecho que el cultivo de la piña se vuelva poco atractivo entre los productores del Cantón Milagro, debido a que en comparación con los del cacao, mangos o la caña de azúcar, los costos de producción son altos y en muchas ocasiones existe una variación en el precio de venta.

La carencia de conocimientos técnicos por parte de los productores al momento de la cosecha y pos cosecha como por ejemplo la inducción floral, el peso que deberían tener los hijos basales de la fruta para su sembrío y que mezcla de productos químicos deberían utilizarse y en que porcentajes son uno de los tantos métodos técnicos, que los productores carecen en conocimientos a la hora de sembrar y cosechar la fruta, lo que trae como resultado un bajo nivel en la calidad del producto.

Hoy en día en un planeta el cual presenta desafíos de gran magnitud, en especial para aquellos que buscan ser más competitivos y llegar a mercados cada vez de mayor exigencia, es en ese preciso instante donde se presenta algo llamado comercio internacional, su desempeño e importancia, entonces es cuando entra en juego las reformas de nuestro país en especial del boom que está ocasionando al hablar de la matriz productiva ecuatoriana, la cual se refiere a una estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional para generar inversión, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología. De esta forma Ecuador desea lograr un proceso de crecimiento productivo, mediante la sustitución de importaciones por la producción local, poniendo en consideración que

para generar un gran impacto en la mente del consumidor se requiere darle un valor agregado al producto.

De este modo se debería empezar por impulsar el desarrollo del sector agrícola, convirtiéndolo en un sector agro-industrial, ya que es uno de los sectores más fuertes del Ecuador, debido a que es una parte dinámica y vital de la economía, empleadora de una fuerte proporción de la fuerza laboral, que provee de ingreso para casi el 40% de la población y aporta casi con el 50% de divisas para el país.<sup>1</sup>

De ahí surge la idea de evaluar el efecto de la modificación de la matriz productiva, en relación al bajo nivel de producción, comercialización y venta de derivados de la piña por la falta de procesamiento e industrialización del producto en el cantón Milagro.

En caso de no poder potencializar el sector agroindustrial, para incrementar el bajo nivel de producción, comercialización y venta de derivados de la piña por la falta de procesamiento e industrialización del producto en el cantón Milagro, dicho cantón correría el riesgo de perder su identidad como la ciudad de las piñas, puesto que esto ha sido parte de su cultura y tradición en la siembra que se ha venido realizando durante décadas y trasladada de generación en generación, a más de no poder realzar su nivel socioeconómico, quedaría como una economía estancada y sin posibilidades de desarrollo a corto o mediano plazo.

Pronosticando una posible solución para la investigación planteada, se considera que sería factible realizar un estudio acerca del porque la existencia del bajo nivel de producción, comercialización, industrialización y venta de derivados de la piña en el Cantón Milagro y determinar la posibilidad de rescatar dicha producción mediante la aplicación de industrialización del producto, con aportaciones de instituciones relacionadas al sector agroindustrial (MAGAP, INIAP, BNF)<sup>2</sup> aplicando conocimientos y técnicas con tecnología.

---

<sup>1</sup> (UQUILLAS)

<sup>2</sup> MAGAP: MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA.

INIAP: INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS.

BNF: BANCO NACIONAL DEL FOMENTO.

### **1.1.2 Delimitación del Problema.**

Este proyecto de investigaciones de tipo socio económico y productivo, aplicada a la modalidad de la matriz productiva se llevara a cabo en el país Ecuador, correspondiente a la región Costa, específicamente en el Cantón Milagro, la misma que se encuentra ubicada en la Provincia del Guayas. El Sector Empresarial al que corresponde este proyecto es al sector Piñero.

### **1.1.3 Formulación del problema.**

¿Cuál es el nivel de industrialización, tecnificación de la piña en su producción y comercialización en el Cantón Milagro?

### **1.1.4 Sistematización del problema.**

¿En qué forma se ve afectado la producción de la piña en el cantón Milagro en relación al ciclo de tiempo de su cosecha?

¿Cuál es la razón porque ha sido desplazada la producción de cultivos de piña por productos de ciclos cortos en terrenos que son adecuados para dichos productos en el cantón Milagro?

¿Cómo influyen las preferencias del consumidor en la demanda de piña y sus derivados en el sector urbano en el cantón Milagro?

¿Cuál es el nivel de producción industrialización y tecnificación en el cantón Milagro en relación a la piña?

¿Cómo influyen los costos de producción de la piña en la variación del precio de venta del productor en el cantón Milagro?

### **1.1.5 Determinación del tema.**

Análisis de la producción, industrialización y comercialización de la piña en el cantón Milagro y su impacto en la economía del sector.

## **1.2 OBJETIVOS.**

### **1.2.1 Objetivos General.**

Determinar el nivel de producción, industrialización y comercialización de la piña a través de un estudio estadístico, técnico y de campo, para proponer una alternativa de producción acorde a las necesidades y realidad del Cantón Milagro.

### **1.2.2 Objetivos Específicos.**

Evaluar cómo se ve afectada la producción de la piña en el Cantón Milagro en relación con el extenso periodo de tiempo para la cosecha.

Identificar los factores que han afectado la producción de piña los cuales ha sido desplazado de sus terrenos adecuados por productos de ciclos cortos en el sector agrícola del Cantón Milagro.

Determinar cuál es el nivel de comercialización de piña en el Cantón Milagro y cuáles son las preferencias del consumidor.

Determinar cuáles han sido los factores que han afectado al desarrollo productivo e industrial de la piña en el Cantón Milagro.

Determinar cuáles son los factores que afectan a la producción, venta y comercialización de la piña en el Cantón Milagro.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN.**

### **1.3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

El presente trabajo está enfocado al estudio de las razones que han influido a que la producción de piña en el Cantón Milagro ha venido disminuyendo esto se da por la problemática que hemos detectado que este cultivo por lo general tiene un tiempo de cosecha de veinticuatro meses, también porque el costo de inversión en la siembra es muy elevado y muchas veces el precio de venta no cubre el costo de producción.

Milagro es privilegiado por un clima propicio para el cultivo de frutas, plantas ornamentales, etc., por lo cual deberíamos aprovecharlo de la mejor manera y más aún si se trata de la piña. En el Cantón San Francisco de Milagro hay escasas de organizaciones que puedan explotar esta fruta, antes cultivada en abundancia es

por ello que si existieran empresas que se dediquen a la elaboración de derivados de la piña y así industrializar y comercializar el producto en el país y exportarlo al extranjero los agricultores de piña sembrarían de nuevo y así incrementar la producción como lo era hace 5 años atrás.

De aquellos épocas en los que la piña fue el símbolo en la producción de Milagro, y que hasta originó la expresión popular: “Para qué llevar piñas a Milagro” por su condición de gran productor, solo va quedando el rastro en esculturas, parques y nombres de barrios.

Es por esta razón que deberíamos industrializar el producto y así que Milagro forme parte de la reestructuración que va teniendo el país en la matriz productiva y que mejor con su sembrío icono.

## CÁPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 MARCO TEÓRICO.

##### 2.1.1 Antecedentes Históricos.

#### ORIGEN DE LA PIÑA.

**Figura 1.** La piña



**Fuente:** <http://www.nita.cl>  
**Responsable:** Carlos Orna y Diego Dután.

La piña o ananás (“fruta excelente” en guaraní) se originó en América de Sur, exactamente en el centro y sureste de Brasil, noreste de Argentina y Paraguay. Por otro lado una gran amplitud de especies como ananás se ha identificado en la región de Guayana, este podría ser un posible centro de origen. Antiguamente la piña estaba distribuida en toda América tropical por esta razón cuando Cristóbal Colon viajó a la Isla Guadalupe por segunda ocasión conoció la ananás (piña). Esta fruta

ingreso a España en 1535 y era muy conocida en varias regiones tropicales del mundo por el siglo XVII.

En la actualidad se las produce en la mayoría de regiones tropicales y subtropicales. Los países que más producen este producto so Brasil, Filipinas, Estados Unidos, India y México.<sup>3</sup>

### **Origen de la piña en Ecuador.**

En nuestro país principalmente en Caguasqui y Quilca se dan las piñas, estos son lugares de Otavalo. La ananás es relativa de Yumbos (Quito) se dio por mediados del siglo XVII. Existían 2 variedades en Quito según Velasco una de las cuales era la de carne amarilla, comúnmente existía en aquellos tiempos la que era blanca y jugosa (cambray). Tiempo después apareció la piña de agua quien predomino ante los otros.<sup>4</sup>

### **Cultivo de piña en Ecuador.**

En nuestro país según las áreas geográficas es muy favorable la producción de piña ya que es excelente para su cultivo. Hay lugares que son más propicios para el cultivo provincias como Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, El Oro, Esmeraldas y Manabí debido a que el clima es el más óptimo para su desarrollo.

En Ecuador existían 5750 hectáreas de sembríos, estas cifras son según el III Censo Agropecuario Nacional del año 2000.<sup>5</sup>

### **La piña en el Cantón Milagro.**

La producción de la caña de azúcar, arroz, banano, tabaco, café y cacao se dan principalmente en la zona del Guayas. Últimamente la producción no tradicional se viene dando en productos como los limones, piñas mango, melones, etc. Las principales zonas que producen piña en la provincia del Guayas son las siguientes, Milagro como el mayor productor seguido de Roberto Astudillo, Naranjito, Bucay.

Esto se daba debido a que en décadas anteriores Naranjito y Bucay pertenecían al territorio del Cantón Milagro, a medida que surgieron diferentes cambios en el

---

<sup>3</sup> (BARRANTES, 1991)

<sup>4</sup> (PATIÑO, 2002)

<sup>5</sup> (MAXIMO, 2012)



Ecuador estos sectores se hicieron independientes llegando hoy en día a hacer grandes productores de piña, sin embargo Milagro hoy en día ocupa el lugar número dos como centro industria de la provincia del Guayas.

Los ciudadanos de Milagro por lo general se han dedicado a l comercio y a la agricultura, siendo este último realizado en las zonas rurales. Los productos que se cultivan mayoritariamente en nuestro cantón son piña, caña de azúcar, banano, café y cacao y arroz.

Para nuestro cantón este producto ha sido el que le ha brindado su identidad a nivel nacional tanto como para su desarrollo industrial y comercial por ende Milagro es conocida como la tierra dulce.<sup>6</sup>

### 2.1.2 Antecedentes Referenciales.

#### Referencia extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.

**CUADRO 1.** Tesis extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.

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
Autor:	ALARCÓN FERRUZOLA, MABEL DEL PILAR SÁNCHEZ IBARRA, PAMELA ALEJANDRA
Palabras clave:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD IMPLEMENTACIÓN
Fecha de publicación:	23-Apr-2013
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

<sup>6</sup> (MORA, 2003)

	<p>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.</p>
URI:	<a href="http://hdl.handle.net/123456789/1436">http://hdl.handle.net/123456789/1436</a>
Aparece en las colecciones:	Economía <sup>7</sup>

**Fuente:** [www.repositorio.unemi.edu.ec](http://www.repositorio.unemi.edu.ec)  
**Responsable:** Carlos Orna y Diego Dután

<sup>7</sup>([www.repositorio.unemi.edu.ec](http://www.repositorio.unemi.edu.ec))

Hemos escogido esta investigación ya que está dirigida al "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 para nuestra investigación es de gran aporte ya que podemos coger cierta información de este trabajo que nos ayude a tener una visión más amplia sobre la situación del sector Piñero en milagro y el índice de empresas que se dediquen a la elaboración de derivados de piña en Milagro.

**Referencia extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Bolívar.**

**CUADRO 2.** Tesis extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Bolívar.

<b>Tipo de Material:</b>	Tesis
<b>Título:</b>	DESARROLLO DEL PROCESO TECNOLÓGICO PARA ELABORAR MERMELADA DE ZANAHORIA (DAUCUS CAROTA) CON PIÑA (ANANAS COMOSUS)
<b>Autor:</b>	CHUCHO PAGUAY, SEGUNDO
<b>Director de Tesis:</b>	SANAGUANO, HERMINIA
<b>Descriptor/es/subjects:</b>	DESARROLLO DEL PROCESO TECNOLÓGICO PARA ELABORAR MERMELADA DE ZANAHORIA (DAUCUS CAROTA) CON PIÑA (ANANAS COMOSUS)
<b>Fecha de Publicación:</b>	2012
<b>Ciudad: Editorial:</b>	GUARANDA / UEB / 2012
<b>Paginación:</b>	116 p.

<b>Colección/Serie:</b>	;0.40 AI
<b>Resumen/Abstract:</b>	<p>Las frutas y hortalizas ofrecen una amplia variedad de alimentos, además de desempeñar un papel muy importante en la dieta humana pues constituyen la fuente principal de vitaminas, minerales y fibra. Son de carácter perecedero y para alcanzar su vida útil es necesario transformarlos mediante el empleo de algunos métodos de conservación. Por tal motivo en el presente trabajo de investigación se planteó elaborar mermelada de zanahoria con piña utilizando el método de cocción. Se trabajó con las mezclas como factor A de: 80, 70,60% de zanahoria con 20, 30 y 40% de piña y el factor B con: 0,5-1,0. 1,5% de pectina para seleccionar la mejor mermelada. Se caracterizó haciendo un análisis físico – químico, microbiológico y organoléptico.</p>
<b>Descripción:</b>	Tesis en un Archivo
<b>URI:</b>	<a href="http://hdl.handle.net/15001/1195">http://hdl.handle.net/15001/1195</a>
<b>Aparece en las colecciones:</b>	Tesis Ingeniería Agroindustrial

**Fuente:** www.repositorio.bolivar.com  
**Responsable:** Carlos Orna y Diego Dután

En este breve resumen podemos notar la necesidad de transformar los productos perecederos como son la piña y zanahoria, mediante el método de cocción y demás mezclas como el factor A y B tanto para la piña como para la zanahoria en sus debidos porcentajes, trabajando también con la realización de un análisis físico – químico, microbiológico y organoléptico, determinando así el uso de investigaciones para nuestra tesis y aplicar aquellos métodos mencionados.

**Referencia extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.**

**CUADRO 3.** Tesis extraída del repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.

<b>Título:</b>	ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL INNOVADORA, DEDICADA A PROCESAR LA PIÑA Y SUS DERIVADOS EN EL CANTÓN MILAGRO
<b>Autor:</b>	Clavijo Yansaguano, Karen Ivett GuilcapiYupa, Maria Isabel
<b>Palabras clave:</b>	Unemi-Milagro
<b>Fecha de publicación:</b>	1-Aug-2012
<b>Citación:</b>	;151
<b>Resumen:</b>	La presente tesis está compuesta por cinco capítulos que detallan todo el estudio efectuado para expresar los niveles de éxito del negocio en lo que concierne al mercado Milagreño. En el capítulo uno tenemos la problemática que existe en el cantón Milagro, el agro ha dejado de interesarse en el cultivo de la piña, por esta razón nos hemos visto en la necesidad de crear un negocio dedicado a elaborar productos derivados de la piña. El capítulo dos presenta una breve reseña histórica sobre el problema a investigar como también el establecimiento de hipótesis y declaración de variables para posteriormente realizar su operacionalización. La metodología de investigación

	y las técnicas e instrumentos que lo sustentan se encuentran expresados en el capítulo tres, explicando bajo qué criterios se estableció una muestra que permitió inferir opiniones sobre la percepción de los futuros clientes. La tabulación de la información recopilada con sus respectivas interpretaciones y luego con la verificación de hipótesis, que para nuestro caso fue positiva, se encuentran en el capítulo cuatro. El capítulo cinco presenta la propuesta del tema investigado el cual contendrá todo lo necesario tanto administrativo, legal y financiero para poner en ejecución dicho proyecto. Bajo lo expuesto se ha podido establecer la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración de productos derivados de la piña con sus respectivas posibilidades de éxito, siempre y cuando se sigan los lineamientos que hemos fijado.
<b>URI:</b>	<a href="http://hdl.handle.net/123456789/396">http://hdl.handle.net/123456789/396</a>
<b>Aparece en las colecciones:</b>	<u>Ingeniería Comercial</u>

**Fuente:** www.repositorio.unemi.edu.ec  
**Responsable:** Carlos Orna y Diego Dután

En este repositorio, indica que en el capítulo uno según el análisis realizado, la problemática existente en el Cantón Milagro, es que el sector agropecuario se ah desinteresado por el cultivo de piña, debido a la falta o escases de negocios que se dediquen a elaborar productos derivados de dicho fruto, es así que encontramos una relación de trabajo o investigación al determinar lo antes mencionado.

Indican también que mediante el uso de la metodología de investigación, técnicas e instrumentos de sustentación, permitió inferir opiniones sobre la percepción de los futuros clientes, de esta manera pienso que se aportaría a nuestro trabajo utilizar dichas técnicas y metodologías, ya que al momento de tabular su información y luego con la verificación de la hipótesis acotan que fue positiva.

## Referencia extraída de la empresa Watt's. (CHILE)

Empresa dedicada a la elaboración de productos derivados de fruta.

### Empresa Watt's

**Figura 2.** Logo empresas watt's.



**Fuente:** [www.logotypes101.com](http://www.logotypes101.com)

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután

Hoy en día Watt's (empresa de Chile) es una de las marcas más reconocidas por los clientes esta organización se dedica a producir derivados de frutas. En si esta empresa está presente en la mayoría de los clientes por tanto los chilenos siempre lo tienen en cuenta en su canasta familiar.

Esto se da porque su fruta es la más deliciosa y natural, también porque esta empresa siempre innova en cada uno de sus productos para así llegar a satisfacer las necesidades de los consumidores

### **Antecedente General de la empresa watt's.**

Esta compañía chilena es una sociedad anónima abierta tiene su domicilio legal en la ciudad de Santiago y está inscrita en la superintendencia de seguros y valores con el número 1093.

### **Misión.**

Ser una empresa de alimentos reconocida y preferida por nuestros consumidores y clientes, por la calidad y diversidad de nuestras marcas y servicios. Administrada eficientemente por personas comprometidas y motivadas, que crece rentablemente y genera valor por sobre la Industria.

Watt's cuenta con una amplia variedad de productos derivados de frutas:

- Jugos exprimidos y frescos 100% fruta
- Néctares
- Mermeladas
- Dulces
- Concentrados de fruta

**FIGURA 3.** Embazado de Watt's.



Fuente: [www.watts.com.cl](http://www.watts.com.cl)

Responsables: Carlos Orna – Diego Dután

También de una gama de productos light sin azúcar tales como fruit, filling la misma que es elaborado con trozos y pulpa de piña con todo el sabor de una fruta natural. Para la pastelería y repostería existen variaciones por ende es un ingrediente ideal.

**FIGURA 4.** Fruit filling.



Fuente: [www.watts.com.cl](http://www.watts.com.cl)

Responsables: Carlos Orna – Diego Dután



## Planta Lonquén.

Para la elaboración de este producto se lo realiza con alta tecnología como lo es la planta Lonquén que es una de las más modernas de Sudamérica en la cual más de 400 personas trabajan en la misma.

La producción anual de esta planta es de aproximadamente 100.000 toneladas de productos derivados de frutas y lácteos y su tecnología industrial permite la elaboración de 439 productos para el consumo doméstico e industrial.

**FIGURA 5.** Planta elaboradora de derivados de frutas.



Fuente: [www.watts.com.cl](http://www.watts.com.cl)

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

La empresa watts ha invertido en tecnología y capacitación de su personal en los últimos años para mantenerse a la vanguardia productiva y cumplir con las exigencias del mercado nacional e internacional Esta planta se encuentra habilitada por el Servicio Agrícola y Ganadero para exportar, gracias a lo cual consumidores de más de 30 países pueden disfrutar de uno de los alimentos más naturales y saludables:<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>(WATTS)

**FIGURA 6.** Tecnología de empresas Watt's.



**Fuente:** [www.watts.com.cl](http://www.watts.com.cl)

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

Extrajimos esta referencia porque esta empresa posee técnicas y procesos de industrialización de derivados de frutas entre ellos la piña y aporta mucho a nuestra investigación ya que esta empresa utiliza tecnología de punta y algo muy importante que rescatamos de esta compañía es que esta empresa es administrada por personas comprometidas y motivadas, que crece rentablemente y genera valor por sobre la Industria.

**Referencia extraída de las Empresas Delicias de Frutos Delfruit SAS. (Colombia)**

**Empresa dedicada a la comercialización y procesamiento de frutas verduras y congeladas entre ellas la piña.**

**Perfil de la compañía.**

Somos una empresa dedicada a la comercialización y procesamiento de frutas y verduras en fresco y congeladas. Nos caracterizamos por tener productos con los más altos estándares de calidad y por ajustarnos a las necesidades de nuestros clientes.

Delicias de Frutos es una empresa con un equipo interdisciplinario caracterizado por su amplio conocimiento y trayectoria de más de 25 años en el cultivo y comercialización de productos del agro y más de 10 años de experiencia en el procesamiento a nivel industrial.

Entre nuestros productos a ofrecer tenemos:

- Piña en trozos congelada

**Figura 7.** Piña en trozos congelada.



**Fuente:** <http://delfruit.com/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

- Pulpa Pasteurizada fruta natural.

**Figura 8.** Pulpa Pasteurizada fruta natural.



**Fuente:** <http://delfruit.com/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

- Pulpa congelada de fruta natural.

**Figura 9.** Pulpa congelada de fruta natural.



**Fuente:** <http://delfruit.com/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

### **Misión.**

Delicias de Frutos es una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas y verduras, con altos niveles de servicio al cliente, enfocada en productos de excelente calidad, valor agregado e innovación, dirigidos al mercado nacional e internacional. Centrados en la satisfacción del cliente y consumidores, obteniendo una buena rentabilidad asegurando el crecimiento de la compañía, generando grandes beneficios a toda nuestra cadena de proveedores, clientes y consumidores.

### **Visión.**

Ser una de las empresas procesadoras de frutas y verduras más reconocidas a nivel nacional, de gran capital intelectual, centrados en una cultura organizacional dedicada, comprometida con la sociedad y el bienestar de nuestros colaboradores, con excelencia operativa y liderazgo, desarrollando productos a la medida según las necesidades del mercado nacional e internacional.

**Ubicación:** La empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá-Colombia, específicamente su dirección es: calle 93 N° 57-55 Barrio rio negro. Dirección telefónica: 57(1) 805 2868.<sup>9</sup>

Utilizamos esta referencia ya que esta empresa se dedica a la elaboración de congelados de piña y es una alternativa muy buena para nuestra investigación ya que en el mercado de la ciudad de milagro no existe una empresa dedicada a esto y podríamos copiar sus técnicas y procesos.

### **Referencia extraída de la Empresa “Huertosa” (Ecuador)**

**La Huertosa: Acerca de nuestra empresa.**

**Empresa dedicada a la elaboración de pulpa de frutas (piña).**

---

<sup>9</sup>([www.delfruit.com](http://www.delfruit.com))

**Figura 10.** Logo de empresa Huertosa



**Fuente:** [www.huertosa.com](http://www.huertosa.com)

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

Es una organización que se dedica a procesar frutas nacionales y por ende a la elaboración de la pulpa congelada (del huerto).

Esta empresa se creó hace 15 años, se encuentra legalmente constituida como sociedad anónima, este establecida con los más altos estándares de calidad para exportar un producto de calidad e internacionalizarse de manera correcta.

Huertosa ofrece a sus clientes y proveedores fidelidad e innovación constante para seguir mejorando y sus productos sigan siendo acogidos por los consumidores todo esto lo logra por medio de la infraestructura, recursos humanos y tecnología.

### **Sabores y presentación del producto**

Esta empresa muestra una variedad de presentación de sus productos tales como son: fundas plásticas 1 kg, 500g y en frasco de vidrio de 200g también presenta distintos sabores como son, piña, guayaba, frutilla, mora

**Figura 11.** Confites de frutas en fundas.



**Fuente:** [www.huertosa.com](http://www.huertosa.com).

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Figura 12.** Conservas de frutas.



**Fuente:** [www.huertosa.com](http://www.huertosa.com).

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

### **Nuestra Misión.**

Somos una empresa de procesamiento de fruta, manteniendo sus características 100% naturales para el beneficio nutricional de la familia ecuatoriana y con procesos de alta calidad, con materias primas obtenidas directamente de las granjas.

### **Nuestra Visión.**

Ser una empresa altamente competitiva y líder en el mercado de pulpas congeladas y abrir mercado en el exterior para dar a conocer la riqueza y calidad de nuestros productos.<sup>10</sup>

### **Referencia extraída Empresas de mermeladas Guayas en Ecuador.**

**Figura13.** Mermeladas Guayas.



**Fuente:** <http://www.conservasguayas.com/>

**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

Esta empresa hace su primer lanzamiento en la ciudad de Milagro con la marca Castell real donde utilizaba mosto de uva importado teniendo éxito con este y ampliando las líneas de vinos que tuvo mucha aceptación en el medio.

---

<sup>10</sup> (HUERTO)

Se funda en la serranía ecuatoriana en el año de 1996 la industria Conservas Guayas la misma que se dedica a la elaboración de mermeladas de futas tropicales, jugos, enlatados y concentrados teniendo reconocimiento internacional y siendo líder en el mercado local. Hoy en día esta empresa ha captado mucho mercado exportando su producto a países europeos tales como: Alemania, Inglaterra y España

.La empresa “Conserva Guayas” durante 46 años se ha mantenido en constante innovación que le ha permitido mantenerse en el mercado siendo uno de sus productos estrellas la mermelada la misma que se produce con fruta 100% natural Los productos llegan a la mesa de millones de Ecuatorianos.

Esta empresa se encuentra ubicada en la provincia del Guayas- Ecuador, específicamente en la Vía a Daule Km 5.5 – Mapasingue. Y su ubicación telefónica es 04-2003883<sup>11</sup>

Esta información es de gran aporte a nuestro proyecto ya que esta empresa utiliza materia prima obtenida directamente de granjas ecuatorianas para la elaboración de pulpa de piña y nos sirve mucho porque nuestra investigación es similar a la visión que tiene esta empresa aparte de ser líder en el mercado abrir mercado en el exterior para dar a conocer la riqueza y calidad de nuestros productos.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación Económica.**

#### **Principales Países Exportadores de Piña a Nivel Mundial.**

En el periodo 2009-2010 los países con mayor representación de exportaciones de piña han sido los siguientes, Costa Rica con un 40.68%; Bélgica con un 12.47%; Holanda con un 8.93%; Estados Unidos con un 6.17%. Otros países en el mismo periodo tuvieron un incremento anual como son: Ghana con un 75.68%; Costa Rica con un 11.64% y Costa de Marfil con un 6.91%.

---

<sup>11</sup>([www.conservasguayas.com](http://www.conservasguayas.com))

Según cifras del Centro de Comercio Internacional (Trademap), ocupa el lugar número 5 nuestro país con un 4.26% en el 2010.

### **Principales Países Compradores de Piña a Nivel Mundial.**

Los principales países compradores de piña según el centro de comercio internacional Trademap en el año 2010 han sido Estados Unidos representando un 25,87% , Bélgica 9,62% , Alemania con 8,22% Países Bajos con 7,87% Y reino Unido con un 6,38%

Los países que han representado un crecimiento anual son Estados Unidos con un 5.28%; Japón con 2.79% y Canadá con 1.53%..Los países consumidores de esta fruta son la Unión Europea.

### **Exportaciones de Piña al Mundo desde Ecuador.**

La tasa de crecimiento promedio anual para las exportaciones de piñas ecuatorianas son del 3.14%, (2009-2010); en el año 2009 hubo un incremento superior de 44.31 millones; y se exporto 21.99 millones hasta julio del 2011.

### **Principales Destinos de la Piña Ecuatoriana.**

En el periodo 2009-2010 los principales países donde se exporto la piña ecuatoriana son las siguientes: Holanda con una TCPA de 37.39%; Chile con una TCPA de 33.89%; España con una TCPA de 6.45% y Rusia con una TCPA de 6.28%. Los país que mostraron una gran participación en el 2010 fueron los siguientes países, Estados Unidos con un 31%; Holanda con el 7%, España con el 17%, Rusia con el 9%, Chile con el 18%; España con el 17%; y Holanda con el 7%, estos fueron los países de destino.<sup>12</sup>

## **ECUADOR: EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA**

La matriz productiva se conforma de los distintos sectores de producción de bienes y servicios y está diseñada de acuerdo al grado de importancia que cada sector tiene en el desarrollo nacional con el objetivo de brindar inversión, producción, empleo, comercio nacional e internacional.

---

<sup>12</sup> (PROECUADOR, 2011)



El Ecuador ha sido históricamente un país netamente agrícola hasta la llegada del petróleo es decir que se ha manejado con dos matrices productivas.

La primera se dio gracias al auge del cacao que impulso mucho la economía del país esta se desarrolló en el siglo xix y luego con el auge del banano que sucedió en el siglo xx lo que dio a conocer al Ecuador internacionalmente-

La segunda se da con el descubrimiento del petróleo que movió de una manera extravagante la economía del país .Hoy en día se sigue manejando estas dos matrices pero el objetivo del Estado es poder desarrollar otras matrices para tener una variedad de producción en el país<sup>13</sup>.

El plan del buen vivir y las matriz productiva.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Primero fue el cacao, luego el banano, después el petróleo. Por años, Ecuador se ha dado a conocer únicamente como un país primario exportador. Esto es: exportar materias primas, con una escasa participación del talento humano y con una alta importación de productos elaborados.

Este modelo de producción, que ha concentrado las riquezas en pocas manos y creado dependencia de la economía nacional, no ha facilitado el despegue de la era productiva e industrial del Ecuador. Por ello, ahora el Gobierno Nacional incluye, como uno de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, impulsar la transformación de la matriz productiva.<sup>14</sup>

### **Fundamentación técnica.**

#### **Variedades de Piña en Ecuador.**

En Ecuador existen diferentes variedades de piñas entre las más importantes tenemos las siguientes: Cayenne, Sugarloaf, Golden Sweet, Res Spanish, Queen, Pernambuco pero las más cultivadas y exportadas son dos Cayena Lisa y Golden Sweet:

---

<sup>13</sup>(MBA.)

<sup>14</sup>([www.telegrafo.com.ec](http://www.telegrafo.com.ec), 2013)

**FIGURA 14.** La Cayena Lisa:



**Fuente:** <http://portal.critica.com.pa/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

**La Cayena Lisa:** conocida como Hawaiana es la más cultivada por su tamaño grande llegan a pesar hasta 3,5 Kg y es muy utilizada para la industria ya que de ella sacan productos elaborados como: jugos, mermelada, pulpa etc. También porque no se desperdicia la cascara debido a su forma cilíndrica esta es la clase de piña que se cultiva en la zona de Milagro y sus alrededores.<sup>15</sup>

**Figura 15.**Golden Sweet o MD2.



**Fuente:** <http://www.fps.org.mx/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Golden Sweet o MD2:** Esta variedad se siembra en la zona de Santo domingo de los Tsáchilas y Los Ríos Tiene un color amarillo intenso y la pulpa es compacta, fibrosa y de color amarillo es poco propensa a la oxidación y su forma es regular esta de aquí es muy cotizada en el mercado internacional debido a su tamaño que es más pequeña que la cayena lisa pero su sabor es diferente debido a que esta se siembra en un clima más frio que la Cayena.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> (ALARCON FERRUZOLA MABEL, 2012)

<sup>16</sup> (NEGOCIOSFERCHO, 2011)

## **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y DEL PROCESO DE LA PIÑA EN ALMÍBAR.**

La conservación de frutas por enlatado o envasado, se basa en el aislamiento de la fruta del contacto con el aire, al sumergirlas en un líquido azucarado (almíbar) y el sellado hermético del envase. La ausencia de oxígeno y la aplicación de calor, inhiben y destruyen la mayor parte de las enzimas y de los microorganismos que pueden causar el deterioro del alimento.

La piña es una fruta que se presta para procesarla por este método y puede ir en trozos o rodajas. El proceso consiste en seleccionar, lavar, pelar y extraer el corazón de la piña. Luego, si el producto se pone en latas, la piña se corta en tajadas o trozos, mientras que si se envasa en vidrio es mejor cortar en trozos porque su apariencia es mejor. Por último se agrega el almíbar caliente, se tapan y se aplica un tratamiento de esterilización comercial.

## **MATERIA PRIMA E INGREDIENTES.**

- ❖ Piña madura.
- ❖ azúcar blanca.

### **Materiales de empaque.**

- ❖ Frascos de vidrio o latas.
- ❖ Tapas metálicas.

### **Instalaciones.**

El local debe ser lo suficientemente grande para albergar las siguientes áreas: recepción de la fruta, proceso, empaque, bodega, laboratorio, oficina, servicios sanitarios y vestidor. La construcción debe ser en bloc repellado con acabado sanitario en las uniones del piso y pared para facilitar la limpieza.

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

## **Equipo.**

- ❖ Marmita de vapor o eléctrica (estufa de gas o eléctrica)
- ❖ Selladora de latas
- ❖ Refractómetro, con escala de 0-50 °Brix
- ❖ Medidor de acidez
- ❖ Reloj
- ❖ Balanza.
- ❖ Utensilios: cuchillos, tablas, ollas, cucharas.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.**

**Recepción:** Consiste en cuantificar la fruta que entrará a proceso. La piña se recibe sin el penacho o corona para evitar el exceso de desechos dentro de la planta.

**Lavado:** Las piñas se lavan con chorros de agua clorada. Para clorar el agua basta agregar cloro al agua de lavado en una proporción de dos partes de cloro por millón de agua (2 ppm).

**Selección:** Se selecciona la fruta sana y con el grado de madurez adecuado. Se recomienda que la fruta este en un estado de 3/4 de maduración para que resista bien el tratamiento y contenga mayor acidez.

**Pelado y Descorazonado:** La piña se pela con cuchillos, primero se cortan los extremos y luego se quita toda la cáscara a si dejar ojos (semillas). La cáscara se recoge en recipientes limpios y se puede utilizar para obtener pulpa, vinagre o almíbar. Se elimina el corazón haciendo cortes rectos con el cuchillo o con un aparato tipo sacabocados.

**Trozado:** La piña libre de cáscara y corazón se puede cortar de varias formas: en cubos de 2 cm de lado, en rodajas o en triángulos. Los trozos que no cumplen con el tamaño se procesan junto con las cáscaras y el corazón.

**Preparación del almíbar de llenado:** En una olla o marmita se prepara un almíbar simple de 30 - 35 ° Brix, mezclando agua y azúcar y calentando hasta 90 ° C para que

todo el azúcar se disuelva. Se necesitan aproximadamente 2 Kg. de azúcar por cada 5 litros de agua. Se revisa la concentración del almíbar y de ser necesario se agrega un poco más de azúcar.

**Cocción de la fruta:** Los trozos se ponen en una olla y se agrega una parte del almíbar preparado. Se calienta hasta 80-85 °C durante 5 minutos.

**Lavado de envases:** Los frascos y sus tapas se lavan con agua y jabón y se esterilizan en agua caliente o vapor por 5 minutos.

**Llenado de envases:** Los trozos de piña se acomodan en los frascos de procurando que queden acomodados para que quepa la mayor cantidad de ellos.

**Adición del almíbar:** Se agrega el almíbar en caliente hasta la boca del frasco. Se dejan en reposo por 5 minutos para que la temperatura se equilibre y, se eliminan las burbujas de aire. La relación de llenado debe ser 60% piña y 40 % almíbar. Se colocan las tapas y se cierran herméticamente.

**Esterilizado:** Los frascos se colocan de nuevo en el baño con agua y se calientan a ebullición durante 15 minutos. Es conveniente colocar una manta doblada en el fondo para evitar que los frascos se quiebren. El nivel del agua debe cubrir los frascos por completo.

**Enfriamiento:** Los frascos se enfrían primero con agua tibia y luego fría para evitar que el cambio de temperatura quiebre el vidrio.

**Etiquetado y embalaje:** Consiste en el pegado de etiquetas (con los requerimientos de la ley), y la puesta del producto en cajas.

**Almacenado:** Las cajas con el producto se estiban en la bodega de producto terminado que debe ser ventilada y seca.

## **CONTROL DE CALIDAD.**

**Higiene:** Durante el proceso se deben observar buenas medidas de higiene para no contaminar el producto, específicamente en los puntos de escaldado o en el sellado.

**Control en la materia prima:** Debe cuidarse el grado de madurez y la ausencia de golpes o magulladuras, en la fruta que entra a proceso.

**Control de proceso:** Los puntos donde se requiere mayor atención son las temperaturas y tiempos, en desairado y la esterilización. También se debe controlar el °Brix y la acidez (pH) del jarabe.

**Control del producto:** Los factores de calidad a cuidar en esta fase son: color sabor y tamaño de los trozos, y están en relación directa con el cuidado observado en el proceso. El producto debe tener un mínimo de 60% de fruta en relación al peso neto. <sup>17</sup>

### **Fundamentación administrativa.**

#### **Funciones de la empresa.**

En toda empresa se desarrollan a un tiempo diversas funciones interrelacionadas que producen ciertos resultados y la calidad y cantidad de éstos son responsabilidad fundamental de los empleados que tienen a su cargo dichas funciones. Sin embargo, la suma de estos resultados no obedece a reglas aritméticas, ya que en la administración gerencial es factible que la suma pueda ser menor, igual o mayor a sus sumandos. Al no existir coordinación y orientación de los objetivos predeterminados por la Dirección, puede ocurrir que en vez de alcanzarlos se propicie una situación que ponga en riesgo la supervivencia de la empresa.

#### **Funciones Básicas de una empresa:**

Según Henry Fayol partiendo de un principio en el que afirma que la empresa puede ser dividida en funciones, plantea las siguientes áreas:

**Funciones Técnicas:** las funciones técnicas empresariales están directamente ligadas con la producción de bienes.

**Funciones Comerciales:** las funciones comerciales están asociadas con las actividades de compra, venta e intercambio de la empresa.

---

<sup>17</sup> (www.fao.org, 2013)

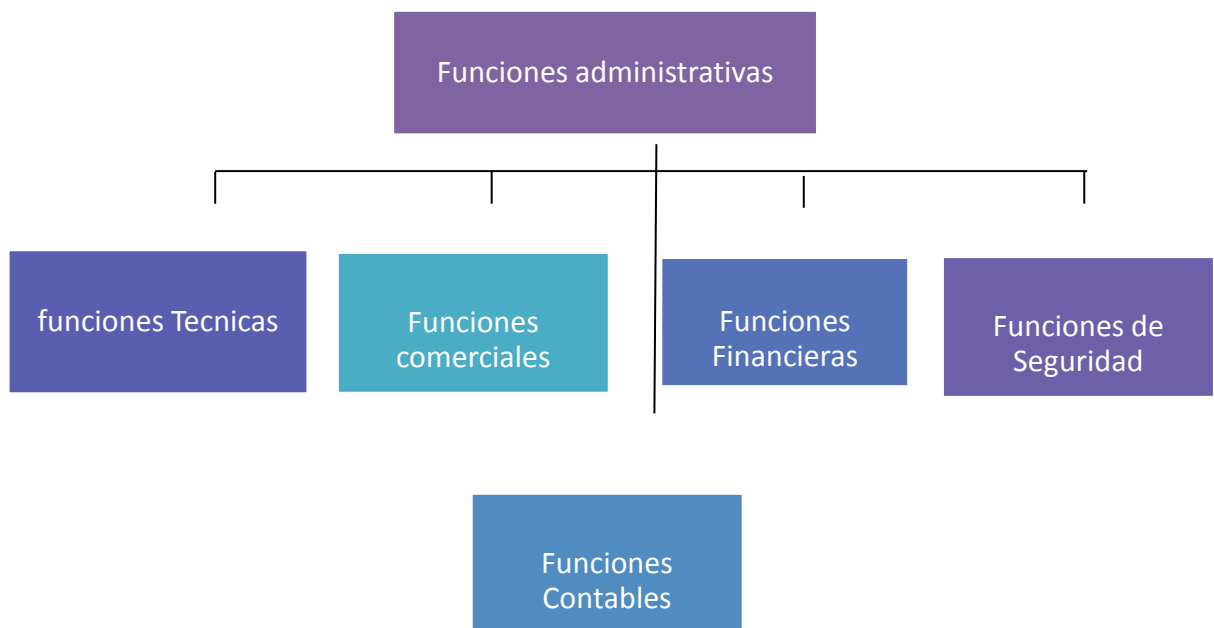
**Funciones Financieras:** las funciones d carácter financiero son aquellas que implican la búsqueda y manejo de capital.

**Funciones de Seguridad:** Esta tienen como objetivo cuidar la integridad física del personal que trabaja en la empresa así como los activos de la misma.

**Funcione Contables:** Estas se encargan de registrar, organizar y controlar la parte contable de la organización los balances, costos, los ingresos etc.

**Función Administrativa:** Se encargan del control de todas las funciones anteriores

**Gráfico 1.** Organigrama Empresarial.



<sup>18</sup>**Fuente:** <http://www.virtual.unal.edu.co/>  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

---

<sup>18</sup>([www.virtual.unal.edu.co/](http://www.virtual.unal.edu.co/))

## **NECESIDADES Y CATEGORÍAS DEL PERSONAL**

En toda empresa se desarrollan a un tiempo diversas funciones interrelacionadas que producen ciertos resultados y la calidad y cantidad de éstos son responsabilidad fundamental de los empleados que tienen a su cargo dichas funciones.

En tanto que las empresas medianas y grandes se pueden permitir la incorporación de un equipo especializado para cada área, el jefe de una micro o de una pequeña empresa se ocupa al mismo tiempo de las funciones administrativas y operativas, y tiene que sacarlas adelante a pesar de sus recursos limitados y de no ser un especialista en todas las áreas del negocio que dirige, cuestión que tampoco es fácil de lograr por razones del avance tecnológico (que cada vez es más complejo).

Pero si bien se trata de funciones hasta cierto punto independientes, es probable que el pequeño empresario deba asumirlas en su mayoría. En tal caso, se recomienda la contratación de los servicios de especialistas que puedan prestarle ayuda en forma efectiva. Cabe mencionar los siguientes:

- Un asesor jurídico de buena reputación y en función de sus recursos.
- Un contador con las mismas características del anterior.
- Un experto en comercialización, sobre todo en la etapa de arranque.
- Un consultor en procesos industriales y administración.

El desarrollo óptimo de cualquier empresa requiere de la determinación y selección adecuada del personal que en ella participará.

Es imprescindible conocer las especialidades y habilidades requeridas con objeto de cumplir cabalmente con todas las actividades que se necesitan para lograr los propósitos del negocio. Conocido el tipo de empresa y sobre todo los objetivos de ésta hay que localizar mediante las diversas fuentes de reclutamiento al personal que reúna los requisitos para cada puesto, de acuerdo al perfil establecido.

### **Marco Normativo Laboral**

El marco normativo Laboral tiene por objeto regular las relaciones laborales entre patrones y trabajadores a través del contrato de trabajo, en donde se establecen los



procedimientos laborales obligatorios, la Ley Federal del Trabajo establece los principios mínimos por los cuales se regirán las relaciones de trabajo.

Esta ley presume la existencia del contrato y la relación de trabajo entre la persona que presta un servicio personal y el que lo recibe, por lo que la falta de un contrato por escrito no priva al trabajador de los derechos que deriven de las normas de trabajo y de los servicios prestados, puesto que la ley imputa al patrón la falta de tal formalidad.

El contrato de trabajo constituye una necesidad de carácter administrativo, tanto para el trabajador como para la empresa.

Habitualmente las relaciones laborales en este giro se establecen bajo el régimen de contrato indeterminado en los puestos directivos, para el personal operativo y auxiliar.

En el caso de tener más de 20 trabajadores se recomienda contar con un contrato colectivo de trabajo.

## **CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS**

La Capacitación significa la preparación de la persona en el cargo. Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

### **OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN Y DESARROLLO**

Los principales objetivos de la capacitación son:

- ❖ Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.
- ❖ Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales sino también para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.

- ❖ Cambiar la actitud de las personas, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

## **BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN DE LOS EMPLEADOS**

Beneficios para la organización:

- ❖ Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- ❖ Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- ❖ Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- ❖ Mejora la relación jefes-subordinados.
- ❖ Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- ❖ Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ❖ Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- ❖ Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- ❖ Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- ❖ Ayuda a mantener bajos los costos.
- ❖ Elimina los costos de recurrir a consultores externos<sup>19</sup>

### **Estructura organizacional.**

Estructura organizacional es el conjunto de la funciones y de las relaciones que determinan formalmente las diferentes actividades de cada departamento y como va a darse la comunicación entre ellos

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>(RODRIGUEZ, 2009)

## Organización funcional.

Este tipo de estructura es la más empleada, en ella los departamentos o áreas funcionales representan tareas sustantivas de la empresa.

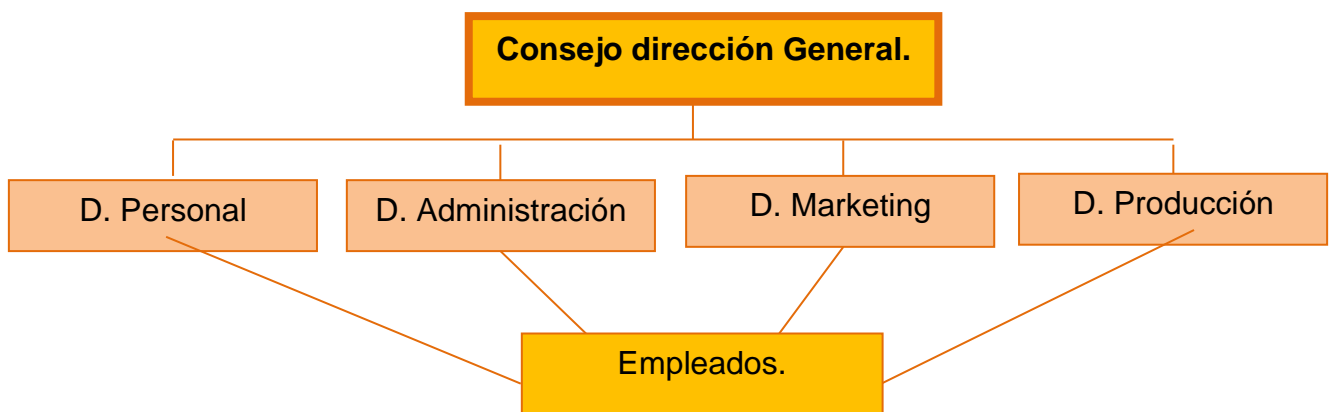
Como es realmente muy simple, se utiliza en empresas que trabajan en condiciones estables y que tengan pocos productos o servicios y que sus tareas sean rutinarias.

Lo importante de esta estructura es que agrupa a personas que tienen una posición similar dentro de la organización o que desarrollan funciones semejantes, utilizando recursos y habilidades del mismo estilo.

Está conformada por las partes que integran a la organización y las relaciones que las vinculan, incluyendo las funciones, actividades, relaciones de autoridad y de dependencia, responsabilidades, objetivos, manuales y procedimientos, descripciones de puestos de trabajo y asignación de recursos.

Si bien es cierto, este tipo de estructura puede encontrarse en varios tipos de organización, aunque generalmente se aplica en pequeñas y medianas empresas por la facilidad de interpretación y seguimiento que brinda, por lo general es habitual que se confunda equivocadamente con el concepto de organigrama, ya que brinda una rápida visualización de algunos aspectos formales de suma importancia.

**Gráfico 2.** Organización Funcional.



**Fuente:** [www.crearempresas.com](http://www.crearempresas.com)  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután.

---

<sup>20</sup>(HUMANOS, 2002)

## **Criterios para la selección de la ubicación del negocio.**

### **Localización.**

Es de mucha importancia darle todo el tiempo para tomar la decisión de cuál será el sitio donde estará ubicada la empresa, organización, compañía a continuación se detallara los diferentes pasos

### **Área Geográfica**

Es muy importante ubicar la empresa cerca de los proveedores y de la afluencia de clientes así como también de los canales de distribución

**Cercanía a los proveedores:** Si tenemos proximidad a los proveedores esto hace que bajemos los costos de transporte y que tengamos rápidamente los insumos necesarios para la producción

**Vías de comunicación:** La empresa deberá estar ubicada cerca de vías de acceso como carreteras para la circulación regular del personal y de la materia prima.

**Servicios básicos.** Es importante que la empresa esté ubicada en una zona donde pueda tener los servicios básicos para el buen funcionamiento de la empresa

**Condiciones climáticas favorables:** Es de mucha importancia para lo que es las micro y pequeñas empresas debido a que ayuda a que no se incrementen los costos de energía, mejorando así la competitividad de los productos ya terminados.

**Cargas fiscales:** Estas se deben analizar muy detalladamente al momento de implementar la organización en cada país ya que los impuestos son distintos en cada uno de ellos y si no se le da la debida importancia puede perjudicar a la organización.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>(CERNA, 2007)

## **Matriz FODA.**

Es de gran importancia en las empresas debido a que brinda opciones para poder hacer un análisis de las situaciones tanto interno como externo de la misma y poder enfrentarse a la competencia.<sup>22</sup>

Al iniciar todos los factores que intervienen en un nuevo negocio, estos pueden ser clasificados como positivos o negativos, en función de un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De esta manera identificamos los factores externos que pueden ser oportunidades o amenazas, y los Internos fortalezas o debilidades dependiendo de qué tanto se conozcan y su grado de influencia en el negocio.<sup>23</sup>

Entonces decimos que los aspectos externos o del ambiente que se agrupan bajo los conceptos de “oportunidades” y “amenazas”, realizan el análisis de los mismos que se refiere a la relación entre el estado en el que se encuentran actualmente las variables y el estado esperado en un futuro determinado. Dado que las variables de este aspecto externo son no controlables, el resultado obtenido funciona como marco para el análisis interno de la empresa.

Por otro lado los aspectos internos o de la empresa agrupados bajo los conceptos de “fortalezas” y “debilidades”, indican que el análisis que se realiza de ellos se refiere a la relación entre el estado actual de la variable en análisis y el estado futuro necesario para el sostenimiento de la competitividad en general, ya que los aspectos internos analizados, son los que a criterio del management determinan la competitividad.<sup>24</sup>

**Fortalezas:** son factores internos de la organización o grupo que favorecen y permiten el logro de los objetivos y la realización de las acciones, al identificarlas se convierten en recursos internos con los que la organización cuenta para cumplir su misión y visión, a las fortalezas hay que potenciarlas y usarlas.

**Oportunidades:** son factores externos a la organización, que favorecen y posibilitan el logro de los objetivos y la realización de las acciones, son recursos que se

---

<sup>22</sup>([www.matrizfoda.com](http://www.matrizfoda.com))

<sup>23</sup>([www.emprendepyme.net](http://www.emprendepyme.net))

<sup>24</sup>([www.asical.org](http://www.asical.org))

encuentran en el entorno contexto organizacional con los que el grupo cuenta para cumplir su misión y visión, a las oportunidades hay que aprovecharlas.

**Debilidades:** son factores internos de la organización, que impiden u obstaculizan el logro de los objetivos y la realización de las acciones, a las debilidades hay que compensarlas o solucionarlas.

**Amenazas:** son factores externos a la organización, que impiden u obstaculizan el logro de los objetivos y la realización de las acciones, a las amenazas hay que contrarrestarlas y sortearlas.

### **Marketing Mix:**

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad tales como: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: precio, producto, distribución y promoción.<sup>25</sup>

El marketing mix es el conjunto de herramientas controlables e interrelacionadas que se disponen los responsables del marketing para satisfacer las necesidades del mercado y, a la vez, conseguir los objetivos de la organización. Este concepto, que fue introducido por Neil Borden en la década de 195, engloba inicialmente una lista de doce variables que los responsables del marketing deberían tener en cuenta.

**El producto:** es el instrumento de marketing del que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor. De ahí que no se debe considerar el producto a partir de sus características físicas o formal únicamente, sino teniendo en cuenta todos los beneficios que se derivan de su utilización.

**El precio:** es el único elemento del marketing mix que aporta con ingresos a la empresa. No solo consiste en la cantidad de dinero que el consumidor paga para

---

<sup>25</sup>([www.e-conomic.es](http://www.e-conomic.es))

obtener el producto, sino que también engloba todos los esfuerzos que le supone adquirirlo, como los costes en buscar y comprar información sobre productos alternativos.

**La distribución:** engloba todas las actividades que posibilitan el flujo de productos desde la empresa que los fabrica o produce hasta el consumidor final.

**Promoción o comunicación:** engloba las actividades mediante las cuales la empresa informa de que el producto existe, así como de sus características y de los beneficios que se derivan de su consumo, persuade a los consumidores para que lleven a cabo la acción de comprarlo y facilita el recuerdo del producto y una imagen favorable de la organización.<sup>26</sup>

Michael Porter, en su libro “Estrategia Competitiva” plantea una herramienta de las 5 fuerzas competitivas para analizar la estrategia de una unidad de negocio utilizada para conocer lo atractiva que puede ser una estructura de la industria. El análisis de las 5 fuerzas competitivas del modelo de Michael Porter se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales, éstas son:

**Ingresos de competidores:** Es el análisis de las empresas que pueden ingresar en el mercado

**Amenaza de sustitutos:** Son aquellas empresas que producen productos similares a los míos.

**2. Amenaza de sustitutos.** Es el análisis de las posibilidades y facilidades de aparición de productos sustitutos especialmente a un precio más bajo.

**3. Poder de negociación de los compradores.** Existen métodos que pueden asociar el poder de negociación de compradores para así encontrar costos que sean los más indicados.

**4. Poder de negociación de los proveedores.** Aquí se encuentran varias posibilidades como lo son cantidad de proveedores, incremento en los proveedores, competencia entre proveedores.

---

<sup>26</sup>(ARDURA, 2006)

**5. Rivalidad o competencia entre los jugadores existentes.** Aquí existe uno que predomina y también existen los de igual magnitud en la industria.<sup>27</sup>

## **2.2 MARCO LEGAL.**

### **Ley De Compañías.**

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél 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.

**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.

---

<sup>27</sup>([www.dimensionempresarial.com](http://www.dimensionempresarial.com))



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

## **SECCION VI**

### **DE LA COMPAÑIA ANONIMA**

#### **1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO**

**Art. 143.-** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

#### **2. DE LA CAPACIDAD**

**Art. 145.-** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

#### **3. DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑIA**

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.<sup>28</sup>

### **Requisitos para Formar una empresa en el Ecuador**

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos.

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

---

<sup>28</sup> (COMPAÑIAS, 1999)

**Art. 153.-** Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

- a. El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b. La denominación, objeto y capital social;
- c. Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d. El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e. El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f. El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g. El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h. El domicilio de la compañía.<sup>29</sup>

### **Registro Único de Contribuyentes da cumplimiento con la Ley del RUC.**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- ❖ Presentar el documento original del registro de sociedad
- ❖ Copias de planillas donde aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- ❖ Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del
- ❖ representante legal.
- ❖ Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ❖ Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- ❖ El trámite para la obtención del RUC no tiene ningún costo.<sup>30</sup>

### **Permisos y Patentes Municipales**

Este documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del Cantón. Presentando la siguiente documentación:

- ❖ Registro Único de Contribuyente(RUC)
- ❖ Copia de cedula de identidad del representante legal.

---

<sup>29</sup> (www.es.scribd.com/doc)

<sup>30</sup> (internas)

- ❖ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ❖ Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

#### **Permiso que es entregado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón.**

Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisando que se cuente con los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ❖ Inspección por parte del Inspector del Cuerpo de Bomberos.
- ❖ Instalaciones en muy buenas condiciones.
- ❖ Tener una puerta de escape en el Local Comercial.
- ❖ Contar con un extintor
- ❖ Copia del Registro Único de Contribuyente
- ❖ Copia de cedula de identidad
- ❖ Copia de papeleta de votación

### **Afiliación a la Cámara de Comercio.**

Emitido por la Cámara de Comercio donde vaya a realizar las actividades comerciales en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la Cámara de Comercio del cantón Milagro presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

### **Permiso de Dirección de Higiene Municipal.**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud.

Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- ❖ Especie de habilitación y funcionamiento.
- ❖ RUC
- ❖ Copia de cédula del representante legal.
- ❖ Copia de la papeleta de votación del representante legal.
- ❖ Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

### **Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación.

- ❖ Permiso de dirección de higiene Municipal.

- ❖ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ❖ Copia de cédula del representante legal.
- ❖ Certificado de votación del representante legal.
- ❖ Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- ❖ Documento de afiliación a la cámara de comercio.

**IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:**

- ❖ Actualización de Datos del Registro Patronal,
- ❖ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- ❖ Digitar el número del RUC y
- ❖ Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- ❖ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ❖ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ❖ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ❖ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ❖ Copia de pago de teléfono, o luz
- ❖ Calificación artesanal si es artesano calificado

### **2.3 Marco Conceptual.**

**Matriz productiva.** Una matriz productiva está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la

importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología.<sup>31</sup>

**Producción.** Cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios. En un sentido algo más estricto puede decirse que producción económica es cualquier actividad que sirve para satisfacer necesidades humanas creando mercancías o servicios que se destinan al intercambio.<sup>32</sup>

**Tendencia decreciente.** Ley económica según la cual a cuota media de ganancia tiende a disminuir a medida que el capitalismo se desarrolla. Las causas que dan origen al descenso de la cuota de ganancia son el crecimiento de la composición orgánica del capital y el retardo de la rotación del capital.<sup>33</sup>

**Costo de producción.** Parte del valor de los productos elaborados, se expresa en forma monetaria e incluye las inversiones en medios de producción consumidos y en la remuneración del trabajo. Durante el movimiento cíclico de los recursos, estas dos partes del valor se separan y aparecen como gastos en dinero de las empresas que funcionan sobre la base del cálculo económico, destinados a adquirir los elementos materiales de la producción y a remunerar el trabajo.

**Demanda.** Es La cantidad demandada de un determinado bien o servicio depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencias de los consumidores.<sup>34</sup>

**Oferta.** La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup>(OSORIO, 2013)

<sup>32</sup>(www.eumed.net)

<sup>33</sup>(www.eumed.net)

<sup>34</sup>(www.economia48.com)

<sup>35</sup>(www.economia48.com)

**Proveedores.** Es aquel individuo u organización que distribuye insumos necesarios a una empresa para poder venderlos.

Al comprar estos artículos las organizaciones la destina directamente a la venta.<sup>36</sup>

**Variación de nivel de precio.** Los precios pueden cambiar por alteraciones en las tasas de ingreso monetarias relativamente a las tasas de eficiencia, sea por el método de fijar los salarios, sea por los cambios en el coeficiente de eficiencia de los salarios, debemos también considerar que la alteración de la tasa de lucro es causa principal de esos cambios.<sup>37</sup>

**Inversión.** La inversión constituye un tema fundamental en macroeconomía por las siguientes razones: En primer lugar las fluctuaciones de la inversión explican una gran parte de las oscilaciones del PIB en el ciclo económico y en segundo lugar, la inversión determina el ritmo al que la economía aumenta su stock de capital físico y, por lo tanto, contribuye a determinar la evolución a largo plazo del crecimiento y de la productividad de la economía.<sup>38</sup>

**Presupuesto.** Estimación formal de los ingresos y egresos que habrán de producirse durante un período dado, frecuentemente un año, tanto para un negocio particular como para el gobierno. El presupuesto se diferencia de los balances en que no refleja las transacciones realmente realizadas sino las que se supone ocurrirán a futuro.<sup>39</sup>

**Competitividad.** Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela de la calidad de vida de la sociedad. Esta definición es importante porque tiene un significado más amplio que el que le atribuye Ousméne Mandang (1991:7), quién afirma que la preocupación mayor de un país es saber cuán competitivo es en el comercio internacional.<sup>40</sup>

**Magnitud.** El concepto de magnitud es considerado como uno de los conceptos matemáticos fundamentales (Kolmogórov, A. N.; 1977), pues en una u otra medida,

---

<sup>36</sup>([www.e-economic.es](http://www.e-economic.es))

<sup>37</sup>([www.eumed.net](http://www.eumed.net))

<sup>38</sup>(CACERES, 1970-2008)

<sup>39</sup>([www.eumed.net](http://www.eumed.net))

<sup>40</sup>(BARAJAS, 2009)

el trabajo con el mismo incide en la mayoría de los problemas matemáticos y de las ciencias naturales en la escuela (Vilenkin, N. I., y otros; 1989).<sup>41</sup>

**Cultivos de ciclo cortó.** Son aquellos cuyo ciclo vegetativo o de crecimiento es generalmente menor a un año, llegando incluso a ser de algunos meses y una vez que llegaron a dar su fruto, la planta se destruye siendo necesario volverlos a sembrar para obtener una nueva cosecha.<sup>42</sup>

**Cosecha.** Es cuando un producto del sector agrícola ya está en su término ósea completamente desarrollado y por ende se procede a recolectar dicho producto, pero la cosecha muchas veces también depende de si el consumo es inmediato o tardío y así se denomina el día que se va a cosechar.<sup>43</sup>

**Riesgo de precio.** El rendimiento es el beneficio que se obtiene de una inversión. El rendimiento esperado es el beneficio que se cree que la inversión generara, mientras que el rendimiento realizado es el beneficio que genera la inversión.

El riesgo proviene de la diferencia entre el rendimiento esperado y el realizado. Esta diferencia puede ser más pequeña o más grande, por lo que el riesgo de la inversión será menor o mayor, según.<sup>44</sup>

**Fertilizante.** Los fertilizantes tienen una notable importancia en la agricultura, puesto que la producción agrícola, el forraje para los animales, las materias primas para muchas industrias dependen en gran medida de la fertilidad de los suelos y esta se mejora con la utilización correcta de los fertilizantes.<sup>45</sup>

**Escasez.** Las necesidades del hombre por consumir bienes y servicios exceden la cantidad de ellos que la economía puede producir con los recursos disponibles, quedando siempre algunas necesidades insatisfechas. En otras palabras, se puede considerar las necesidades humanas como infinitas, en tanto que los Recursos existentes para satisfacerlas son limitados, hecho que genera la situación de escasez. De modo que la escasez no es un atributo de un Bien o Recurso en

---

<sup>41</sup>(MORENO)

<sup>42</sup>(anda.inec.gob.ec)

<sup>43</sup>(poscoindicesdecosecha.blogspot.com)

<sup>44</sup>(Samaniego.)

<sup>45</sup>(Morales.)

particular, sino que es reflejo de una situación: la interrelación entre necesidades y Recursos<sup>46</sup>

**Pos cosecha.** El propósito fundamental de la pos cosecha es la conservación de los tubérculos en buen estado. Comprende las labores de selección, clasificación, ensacado y transporte. Las pérdidas en pos cosecha son consecuencia de la incidencia e interacción de diversos factores físicos, fisiológicos y patológicos, que reducen la cantidad y calidad de los tubérculos cosechados. Se estima que las pérdidas ascienden a un 25% del total de la cosecha. Esto significa que la cuarta parte de lo que se produce en el campo no llega al consumidor o llega en mal estado (Sola, 1978; Naranjo *et al.*, 2002).<sup>47</sup>

**Comercio Internacional.** El Comercio Internacional, es la rama de la economía que se encarga del intercambio de bienes o servicios entre dos o más economías (una es la importadora y la otra la exportadora).

El comercio internacional es manipulado a través de los Aranceles, Cuotas y Barreras no arancelarias, y se regula a través de Acuerdos Bilaterales.<sup>48</sup>

**Innovación.** El concepto de innovaciones por tanto complejo y difuso; sin embargo, parece existir un denominador común a todas sus definiciones: el concepto de novedad Zaltman (1973), Damanpour (1991). Nadler y Nadler (1994, Longenecker(2001), El Manual de Oslo(OCDE) (2010), define innovación como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejora, producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.<sup>49</sup>

**Exportaciones.** Es la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. La exportación, como la importación, se halla condicionada para el desarrollo de la producción mercantil y por la división internacional del trabajo.<sup>50</sup>

---

<sup>46</sup>([www.eco-finanzas.com](http://www.eco-finanzas.com))

<sup>47</sup>([www.cipotato.org](http://www.cipotato.org))

<sup>48</sup>([www.royaltyworkers.com/](http://www.royaltyworkers.com/))

<sup>49</sup>(CORREA)

<sup>50</sup>([www.eumed.net](http://www.eumed.net))



**Importaciones.** Ingreso legal al país de mercancía extranjera para su uso y consumo, la que debo de pagar, previamente, si corresponde, los gravámenes aduaneros, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros impuestos adicionales.<sup>51</sup>

**Valor Agregado.** Valor agregado o valor añadido, en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor.

Generalmente se trata de una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación.<sup>52</sup>

**Sector agrícola.** El sector agrícola o sector primario está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados.<sup>53</sup>

**Sector agroindustrial.** Las agroindustriales son establecimientos que desarrollan procesos orientados a la transformación de productos provenientes de cualquier actividad agrícola, pecuaria, forestal o pesquera. Estos procesos, que pueden ser carácter artesanal o industrial; modifican las características físicas, químicas, o biológicas de los productos, y como resultado el bien obtenido puede tener una naturaleza diferente que se ha originado.<sup>54</sup>

**Economía.** Lionel Robbins define la economía como la ciencia que estudia "la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes". Sin embargo, otros como Friedrich Engels afirman que la economía es aquella que estudia las leyes relacionadas con la "producción, distribución, circulación y consumo de los bienes materiales".<sup>55</sup>

**Ingreso.** Valor de las ventas o cifra de negocios, el ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando

---

<sup>51</sup>(Montt)

<sup>52</sup>([www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com))

<sup>53</sup>([www.dgetp.edu.do](http://www.dgetp.edu.do))

<sup>54</sup>([www.ubikate.gov.co](http://www.ubikate.gov.co))

<sup>55</sup>([www.degerencia.com](http://www.degerencia.com))

los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta o compuesta.<sup>56</sup>

**Divisas.** Unidad monetaria de un país. Por divisa se entiende asimismo el tipo de sistema monetario de un país en dependencia de la base de garantía (oro, plata, divisa papel). El término de “divisa” también se emplea para designar la moneda extranjera que participa en el sistema de pagos internacional (divisa extranjero).<sup>57</sup>

**Nivel Socioeconómico.** Es el nivel de vida de las personas ya sea baja, mediano o alto, esto lo denominan los investigadores y mediante lo realizado se puede facilitar para realizar cualquier tipo de inversión.<sup>58</sup>

**MAGAP.** “Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca”. Desarrolla los lineamientos de las áreas relacionadas con la agricultura, pesca, ganadería y forestación. Ejecuta los lineamientos de fomento a la actividad agrícola, ganadera, de pesca y acuicultura a través de planes y programas como el Seguro Agrícola, Innovación Agrícola, Plan Tierras, entre otros.<sup>59</sup>

**INIAP.** “Instituto Nacional De Investigaciones Agropecuarias”. Este nos aporta la más alta tecnología para el sector agropecuario, es así que el INIAP nos proporciona los conocimientos para las cadenas agro productivas, siendo así que mejoraría en general la comodidad y bienestar de los ecuatorianos.<sup>60</sup>

**BNF:** “Banco Nacional De Fomento”. El Banco Nacional de Fomento cumple eficientemente la importante y delicada función que tiene dentro del desenvolvimiento económico del país, cual es el apoyar a los sectores productivos con la aplicación de una política crediticia acorde con las exigencias del desenvolvimiento económico y social del país, siempre orientados al mejoramiento de la producción, a la explotación técnica y racionalizada de los recursos naturales y nuevas formas de producción que creen fuentes de trabajo.<sup>61</sup>

---

<sup>56</sup>([www.economia48.com](http://www.economia48.com))

<sup>57</sup>([www.eumed.net](http://www.eumed.net))

<sup>58</sup>([www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com](http://www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com))

<sup>59</sup>([www.activate.ec](http://www.activate.ec))

<sup>60</sup>([www.iniap.gob.ec](http://www.iniap.gob.ec))

<sup>61</sup>([www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec))

**Piña:** La piña es una fruta de la familia de las Bromeliáceas, son plantas herbáceas, que necesitan de un clima tropical para crecer en su estado óptimo y además debe madurar en el árbol, sino está ácida y no madura fuera.<sup>62</sup>

**Tecnificación Agrícola:** Consiste en la incorporación de diferentes máquinas, equipos y sistemas en el proceso productivo de las explotaciones agrícolas y pecuarias, con el propósito principal de lograr una mayor eficiencia técnica, social y económica que permitan el incremento de la producción, sin degradar los recursos naturales.<sup>63</sup>

**Análisis estadístico:** Es una Herramienta que nos ayuda a interpretar datos y nos ayuda a determinar la toma de decisiones, son técnicas estadísticas de mucho interés.<sup>64</sup>

**Estudio técnico:** El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.<sup>65</sup>

**Empresa:** La teoría económica convencional llama empresas a las unidades de producción, confundiéndose así el concepto de empresa con el de planta o instalación industrial. En los libros de texto básicos, la empresa es descrita en el apartado de microeconomía como una caja negra en la que entran factores productivos y salen productos y servicios.<sup>66</sup>

**Estudio de campo:** El estudio de campo es aquel donde el investigador entra dentro del ambiente o situación que se estudia, ya sea como simple observador o en forma participativa, con el objetivo de obtener información. El estudio de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación que se basa en informaciones

---

<sup>62</sup>([www.euroresidentes.com](http://www.euroresidentes.com))

<sup>63</sup>([www.virtual.unal.edu.com](http://www.virtual.unal.edu.com))

<sup>64</sup>([www.e8dsoluciones.es](http://www.e8dsoluciones.es))

<sup>65</sup>([www.economia.unam.mx](http://www.economia.unam.mx))

<sup>66</sup>([www.eumed.net](http://www.eumed.net))

obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han obtenido los datos.<sup>67</sup>

**Grados Brix:** Los grados Brix (símbolo °Bx) miden el cociente total de sacarosa disuelta en un líquido. Una solución de 25 °Bx tiene 25 g de azúcar (sacarosa) por 100 g de líquido o, dicho de otro modo, hay 25 g de sacarosa y 75 g de agua en los 100 g de la solución.

Los grados Brix se miden con un sacarímetro, que mide la gravedad específica de un líquido o más fácilmente, con un refractómetro.<sup>68</sup>

**Microorganismo:** También llamado microbio u organismo microscópico, es un ser vivo que sólo puede visualizarse con el Microscopio. La ciencia que estudia a los microorganismos es la Microbiología.<sup>69</sup>

**Inducción floral:** es el proceso mediante el cual las yemas de los frutales, originalmente vegetativas, sufren cambios metabólicos que las preparan para transformarse en yemas florales. El proceso que sigue a la inducción floral se conoce como diferenciación floral y corresponde a la manifestación externa (cambio morfológico) de este proceso.<sup>70</sup>

**Bulbillos:** También denominados hijos basales de piña estos son destinados para propagarse, esto se da cuando sale el fruto y luego sale el hijo basal, este al momento de cultivarlo tarda por lo menos de 16 a 18 meses.<sup>71</sup>

**Ubicación geográfica:** La localización hace referencia también al conjunto de elementos y relaciones entre ese espacio geográfico y otros. Implica situar y relacionar de forma significativa distintos tipos de información: económica, cultural, geográfica, histórica, etc.<sup>72</sup>

---

<sup>67</sup>(BATISTA)

<sup>68</sup>([www.equiposylaboratorio.com](http://www.equiposylaboratorio.com))

<sup>69</sup>([www.ecured.cu](http://www.ecured.cu))

<sup>70</sup>([www.pomaceas.otalca.cl](http://www.pomaceas.otalca.cl))

<sup>71</sup>([www.eiag.edu](http://www.eiag.edu))

<sup>72</sup>([www.ceibal.edu](http://www.ceibal.edu))

**Cultivo extensivo:** Es aquel que necesita mucha tierra para dar pocos productos, cuenta exclusivamente con los recursos de la naturaleza, es pobre, malo, tardío y rutinario.<sup>73</sup>

**Desarrollo económico:** Es una parte de la economía que se representa a través de las exportaciones e importaciones es decir que cuando las exportaciones son mayores que las importaciones se dice que hay un desarrollo económico esto se da debido a que si se exporta más ingresa más dinero al país.<sup>74</sup>

**Ventaja absoluta:** Esta se da cuando una persona, empresa, organización posee algo en su producto que la competencia no la tiene y esto le otorga la ventaja absoluta .Es por ello que las empresas prefieren exportar productos en lo que son buenos.<sup>75</sup>

**Ventaja comparativa;** La ventaja comparativa se da cuando una organización produce un bien en comparación con otra empresa que produce lo mismo esta se basa en la comparación de los costos de producción y de oportunidad de producir, manipular y transportar una unidad adicional de dicho producto.<sup>76</sup>

## 2.4. Hipótesis y Variables

### 2.4.1 Hipótesis General

La implantación de un modelo de industrialización ayudara a producir y comercializar el producto y mejorara el nivel de vida de los productores, agricultores del cantón Milagro.

### 2.4.2 Hipótesis Particulares

Mejorando las técnicas de cultivo de la producción de la piña se reducirán los costos y aumentaran los niveles de cosecha.

Con la industrialización del sector Piñero se puede estabilizar el precio y la producción y esto mejorara a que los agricultores utilicen sus hectáreas de terrenos en el cultivo de piña.

---

<sup>73</sup>(GARCIA)

<sup>74</sup>(ZABALA)

<sup>75</sup>(ZABALA)

<sup>76</sup>(ZABALA)

Con el establecimiento de las preferencias del consumidor se puede producir bienes para nichos establecidos.

La implementación de empresas que producen derivados de piña en el cantón Milagro aumentara la demanda del producto.

La optimización de los recursos reduciría los costos y mejorara la el precio de venta de la piña para el agricultor.

### **2.4.3 Declaración de Variables**

#### **Variable Independiente**

- ❖ industrialización
- ❖ Técnicas de cultivos
- ❖ Sector Piñero
- ❖ Preferencias del consumidor
- ❖ Empresas que producen derivados de piña
- ❖ Costo

#### **Variables Dependientes**

- ❖ Nivel de vida de los productores.
- ❖ Nivel de cosecha
- ❖ Hectáreas de Terreno para el cultivo de la piña.
- ❖ Nichos establecidos
- ❖ Demanda del producto.
- ❖ Precio de venta del productor.

## 2.4.4 Operacionalización de las Variables.

**Cuadro 4.** Operacionalización de las variables.

Variable	Tipo	Concepto	Indicador	Técnica	Instrumento
<b>Industrialización</b>	Independiente	Se llama industrialización al proceso a partir del cual un Estado o Comunidad Social pasan de ostentar una economía basada en la agricultura a otra que se basa en el desarrollo industrial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Número de empresas procesadoras de piñas en la zona de milagro</li> <li>❖ Tipos de piña</li> <li>❖ Que tanto de la producción anual se destina para la producción de derivados de piña.</li> </ul>	Entrevistas Encuesta	Cuestionario
<b>Nivel de vida de los productores</b>	Dependiente	Se refiere a un grado de confort material que un individuo o un grupo social logra obtener o aspira a conseguir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Rentabilidad de los cultivos de piña.</li> <li>❖ Accesibilidad a préstamos bancarios.</li> <li>❖ Cantidad de terreno disponible para la siembra de piña en Milagro.</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
<b>Técnicas de cultivo</b>	Dependiente	Es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la parte del sector primario que se dedica a ello.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cantidad de frutas obtenidas en una cosecha</li> <li>❖ Cantidad de fruta en mal estado obtenidas en una cosecha</li> <li>❖ incidencia de plagas en la cosecha</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
<b>Nivel de cosecha</b>	Independiente	La cosecha se refiere a la recolección de los frutos, de los campos en la época del año en que están maduros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tiempo que se demora en estar lista para cosechar la piña.</li> <li>❖ Calidad de la fruta</li> <li>❖ Tiempo que transcurre en ser recolectada la piña hasta llegar al mercado.</li> </ul>	Entrevista Encuesta	Cuestionario
<b>Sector Piñero</b>	Dependiente	Se aplica a la persona que pone o mete en tierra una planta o una semilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Agricultores que actualmente siembran piñas.</li> <li>❖ El nivel de producción de piña en milagro</li> <li>❖ Asociación de Piñeros en Milagro.</li> </ul>	Entrevista Encuesta	Cuestionario
<b>Terreno disponible para el cultivo de la piña.</b>	Dependiente	Un terreno es un espacio de tierra sobre el cual generalmente y más comúnmente la gente puede construir casas, edificios, negocios, locales, entre otros o bien cultivar la tierra, ya sea para uso propio,	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Nivel de producción en comparación con otros productores pañeros</li> <li>❖ Costos de producción en el sembrío de piña.</li> <li>❖ Rentabilidad de los cultivos</li> </ul>	Entrevista Encuesta	Cuestionario

<b>Preferencias del consumidor</b>	<b>Independiente</b>	Una preferencia del consumidor explica cómo los consumidores clasifican una colección de bienes o servicios o prefieren una colección sobre la otra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Índice de precios.</li> <li>❖ Calidad del producto.</li> <li>❖ Variedad de productos (derivados de piña.)</li> </ul>	Entrevistas Encuestas	Cuestionario
<b>Nichos establecidos</b>	Dependiente	Un Nicho de Mercado corresponde a un segmento de mercado constituido por un reducido número de consumidores con características y necesidades homogéneas y fácilmente identificables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gustos de la localidad.</li> <li>❖ Índice de personas que les gusta la piña y sus derivados</li> <li>❖ Cantidad de mercados disponibles para la piña.</li> </ul>	Entrevistas Encuestas	Cuestionario
<b>Empresas que producen derivados de piña</b>	Independiente	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Entidades dedicadas a la producción de derivados de frutas en Milagro.</li> <li>❖ Índice de productos procesados de piña que se encuentran en circulación en el mercado</li> <li>❖ Número de marcas que compiten en el mercado con productos similares de procesados de piña.</li> </ul>	Entrevistas Encuestas	cuestionario
<b>Demanda del producto</b>	Dependiente	Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cantidad de piñas demandadas en el mercado local</li> <li>❖ Cantidad de comerciantes dedicados a la venta de piña.</li> <li>❖ Número de productores de piña</li> </ul>	Entrevistas Encuestas	
<b>Costo de producción</b>	Independiente	Gastos de una empresa o un establecimiento productivo por los insumos intermedios en bienes y servicios, pagos al factor trabajo y al capital, utilizados en la producción de un bien o servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cantidad de dinero invertido en la producción del cultivo de piña.</li> <li>❖ Precio de los insumos</li> <li>❖ Maquinarias y equipos.</li> </ul>	Entrevista	cuestionario
<b>Precio de venta del productor.</b>	Dependiente	Es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cantidad disponible de piña en el mercado local</li> <li>❖ Cantidad de intermediarios que intervienen en el proceso de venta.</li> <li>❖ Calidad y tamaño de la fruta.</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario.

**Fuente:** Investigación de Mercado.  
**Autores:** Carlos Orma – Diego Dután.



## CÁPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

**Investigación Explicativa.-** Tiene como objetivo la explicación de los fenómenos y el estudio de sus relaciones, para conocer su estructura y los factores que intervienen en la dinámica de aquellos. Pretende descubrir las causas que provocan los fenómenos (explicación de los mismos), así como sus relaciones para llegar a establecer generalizaciones más allá de los sujetos y datos analizados.<sup>77</sup>

Esta investigación es de este tipo debido a que vamos a industrializar la piña y para ello debemos realizar diferentes procesos que debemos explicar

**Investigación Aplicada.-** La investigación aplicada también se la conoce como empírica se trata de los conocimientos que se adquieren a través del tiempo.

La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico.<sup>78</sup>

**Investigación Descriptiva.-** Se trata de describir las características de una población que se está investigando así como también el área geográfica.<sup>79</sup>

Esta investigación es de este tipo ya que es necesario realizar un levantamiento de información para poder conocer con más detalles todo acerca de la población.

---

<sup>77</sup>(DIONISIO, 2013)

<sup>78</sup>([www.prepafacil.com](http://www.prepafacil.com))

<sup>79</sup>([www.sites.google.com](http://www.sites.google.com), [www.sites.google.com](http://www.sites.google.com))

**Investigación Bibliográfica.-** La investigación bibliográfica es el escrito que contiene y comunica los resultados de una indagación realizada a través de la consulta de diversas fuentes bibliográficas, hemerográficas o electrónicas.<sup>80</sup>

La investigación es de tipo bibliográfica porque vamos a utilizar información que se encuentra en libros, tesis que se han hecho con temas parecidos, revistas de artículos similares etc.

**Investigación de Campo.-** Es la que se realiza con la presencia del investigador o científico en el lugar de concurrencia del fenómeno. Es de campo porque utilizaremos la técnica de la encuesta para poder recopilar los datos.

**Investigación Cuasi-Experimental.-** Utilizaremos este tipo de investigación cuando realicemos el levantamiento de información a través de las encuestas que haremos a los consumidores y productores de piña.

**Investigación Cuantitativa.-** El diseño de la investigación cuantitativa constituye el método experimental común de la mayoría de las disciplinas científicas. En ocasiones, a estos experimentos se los denomina ciencia verdadera y emplean medios matemáticos y estadísticos tradicionales para medir los resultados de manera concluyente<sup>81</sup>.

Se utilizara esta investigación al momento que vayamos a tabular los datos ya que cuantitativa se refiere a la utilización de números

**Investigación Cualitativa.-** Es aquella que constituye un método de investigación utilizado ampliamente por los científicos e investigadores que estudian el comportamiento y los hábitos humanos.<sup>82</sup>

Este tipo de investigación la aplicaremos en las conclusiones y el análisis. Para la interpretación de los datos.

**Investigación Histórica.-** Este tipo de investigación busca reconstruir el pasado de la manera más objetiva y exacta posible, para lo cual de manera sistemática recolecta, evalúa, verifica y sintetiza evidencias que permitan obtener conclusiones

---

<sup>80</sup>(RAMIREZ, 2005)

<sup>81</sup>(www.explorable.com)

<sup>82</sup>(www.explorable.com)

válidas, a menudo derivadas de hipótesis. Utilizaremos esta información para poder ver el pasado sobre el tema que vamos a investigar.<sup>83</sup>

## 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

### 3.2.1 Características de la población

La población escogida para objeto de estudio serán los agricultores, comerciantes y consumidores del cantón Milagro, los consumidores conforman un total de 166.634 personas (datos tomados del censo 2010 por el INEC), y los productores y comerciantes conforman un total de 48 individuos (datos obtenidos de la asociación de comerciantes mayoristas de piña de milagro donde se encuentran asociados productores como comerciantes) a los cuales realizara las encuestas y entrevistas

### 3.2.2 Delimitación de la población

La población en la cual nos enfocaremos para el estudio de la investigación es finita, y estará dirigida a los consumidores que es toda la población de Milagro. Dé los agricultores y comerciantes de piña escogeremos a mayores de 18 años en adelante.

### 3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se seleccionará para la investigación 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

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

$$n = \frac{166.634(0.50)(0,50)}{\frac{(166.634-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

**n= 384**consumidores.

**48** productores.

---

<sup>83</sup> (www.sites.google.com)

### **3.2.5 Proceso de selección.**

La selección de los individuos sometidos a estudio se ha escogido considerando: Muestra de sujetos voluntarios, que respondieron a la encuesta sin presión alguna, dando datos objetivos y libres de sesgo.

## **3.3 LOS METODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **3.3.1 Métodos Teóricos**

#### **Histórico- lógico**

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales.<sup>84</sup>

Es aplicado en la lógica que posee la información histórica como guía para realizar la investigación.

#### **Analítico-sintético:**

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).<sup>85</sup>

Este se aplicará en la recopilación de todos los datos obtenidos en las encuestas, y en la interpretación de los mismos.

#### **Método inductivo- deductivo**

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos

---

<sup>84</sup> (www.clubensayos.com)

<sup>85</sup>(TORRES, 2006)

proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.<sup>86</sup>

Este método lo aplicaremos en las hipótesis para llegar a las conclusiones.

### **Hipotético Deductivo.**

El método hipotético-deductivo es un proceso iterativo, es decir, que se repite constantemente, durante el cual se examinan hipótesis a la luz de los datos que van arrojando los experimentos. Si la teoría no se ajusta a los datos, se ha de cambiar la hipótesis, o modificarla, a partir de inducciones. Se actúa entonces en ciclos deductivos-inductivos para explicar el fenómeno que queremos conocer.<sup>87</sup>

Se implementara este método porque a través de un análisis lógico podemos resolver las hipótesis y llegar a una conclusión.

### **3.3.2 Métodos Empíricos.**

Este método es de mucha ayuda ya que consiste en utilizar la observación para luego tomar apuntes y con ellos poder llegar a una conclusión del tema de investigación

### **3.3.3 Técnicas e Instrumentos.**

Las técnicas e instrumentos son las herramientas que se van a utilizar para poder levantar la información que posteriormente serán de gran ayuda para poder resolver el tema de investigación estas son las siguientes: cuestionarios, entrevistas, encuestas etc.

### **3.4 Propuesta de procesamiento estadístico de la información.**

Los datos obtenidos serán tabulados en el programa Excel y serán presentados los resultados de las encuestas en gráficos de pastel con el análisis correspondiente.

Los procesos que utilizamos son los siguientes:

- ❖ Elaboración de la encuesta y entrevista.

---

<sup>86</sup>(ESPINOZA, 2008)

<sup>87</sup>([www.menteypsicologia.blogspot.com](http://www.menteypsicologia.blogspot.com))

- ❖ Formulación de la encuesta y la entrevista.
- ❖ Recolección y tabulación de la información (Excel)
- ❖ Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta y entrevista.

## **CÁPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.**

Actualmente el Cantón de Milagro se está desarrollando día a día económicamente debido a las inversiones de empresas establecidas tales como: Ingenio Azucarero Valdez, Codana, Devie's, Paseo Familiar Shopping, entre otros, las mismas que brindan empleo a los ciudadanos que residen en el Cantón Milagro.

Según las indagaciones realizadas, concluimos que en la ciudad de Milagro no existe una empresa constituida legalmente que se dedique a la elaboración y procesamiento de derivados de piña, notando así que lo único que existe en el cantón Milagro son, vendedores ambulantes de jugos de piña y de piña en estado natural.

El instrumento utilizado en el trabajo de campo consistió en la ejecución de encuestas, las cuales constaban de ocho preguntas para los consumidores y de diez preguntas que fueron dirigidas a los productores, las cuales nos han servido de mucha ayuda para la recopilación de información, de esta manera podemos defender nuestra investigación, la cual consiste en el análisis de la producción, industrialización y comercialización de piña en el Cantón Milagro y su impacto en la economía del sector.

La información presentada estará organizada y los primeros resultados corresponden a los consumidores y los siguientes a los productores.

## 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

### Encuesta dirigida a los consumidores de piña en el Cantón Milagro.

#### Resultados básicos de la Encuesta:

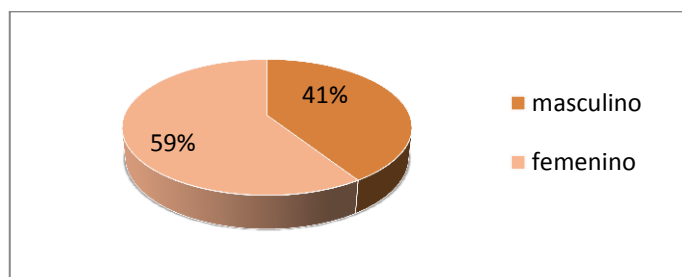
Encuesta realizada en el cantón Milagro para saber el nivel de aceptación que tienen los ciudadanos como consumidores de piña.

Se ha establecido 384 personas en total para realizar la encuesta como producto de nuestra muestra poblacional, de los cuales se detalla a continuación en un gráfico según su sexo, estado civil y nivel de educación.

**Cuadro 5.** Cantidad de encuestados por sexo

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Masculino	157	41%
Femenino	227	59%
Total	384	100%

**Gráfico 3.** Encuestados según su sexo.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** notamos que del total de los encuestados el 59% pertenece al grupo femenino, mientras que el 41% restante a los masculinos.

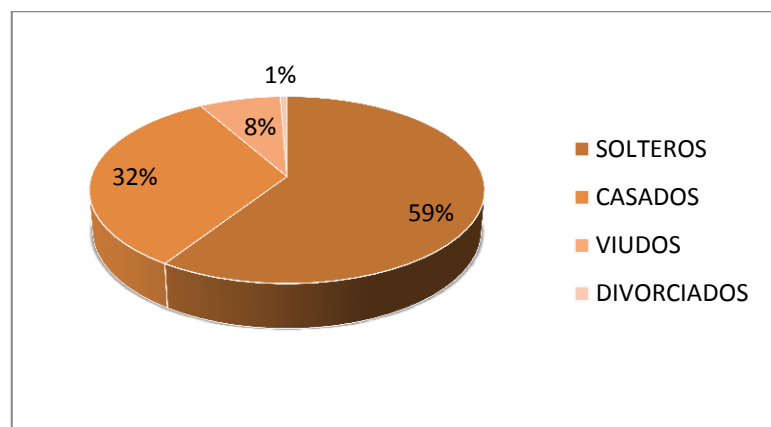
**Interpretación:** de las 384 encuestas realizadas en el cantón Milagro, 157 pertenecen al género masculino, lo que da como resultado porcentual un 41%, por otro lado 227 de ellas pertenecen al género femenino dando como resultado un 59%, esto se da debido a que las mayoría de las encuestas fueron realizadas en un horario matutino y en lugares estratégicos como por ejemplo el mercado central, parque central, entre otros y es ahí donde las mujeres acuden con mayor frecuencia y gran magnitud debido a factores como tramites o compras para el hogar.



**Cuadro 6.**Total de hombres encuestados según su estado civil

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Soltero	93	59%
Casado	51	32%
Viudo	12	8%
Divorciado	1	1%
Total	157	100%

**Gráfico 4.** Hombres encuestados según su estado civil.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

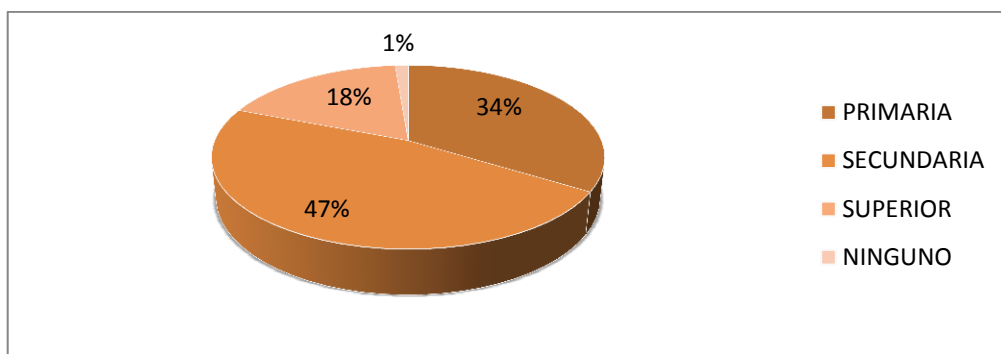
**Análisis:** del total de hombres encuestados, concluimos que según su estado civil el 59% son solteros, el 32% casado, el 8% viudos y finalmente el 1% de divorciados.

**Interpretación:** podemos analizar diciendo que del total de nuestra población de hombres encuestados según su estado civil, 93 de ellos indican que son solteros lo que equivale a un 59%, 51 hombres encuestados que indican que son casados lo que nos da un 32%, seguido de 12 que indican que son viudos obteniendo un 8% y finalmente con una cantidad baja pero relevante 1 persona indica que es divorciada lo que equivale a 1% de la población.

**Cuadro 7.** Hombres encuestados según su nivel de educación

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Primaria	53	34%
Secundaria	74	47%
Superior	28	18%
Ninguno	2	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5.** Hombres encuestados según su nivel de educación.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

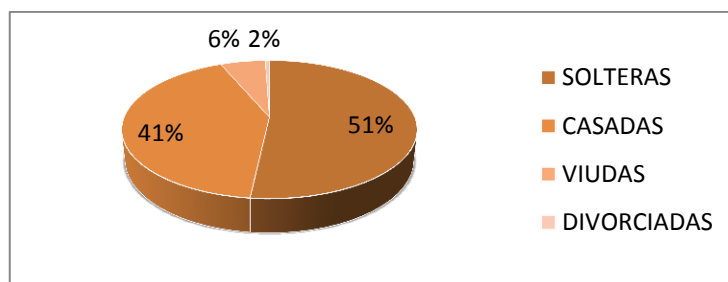
**Análisis:** Del total de hombres encuestados tenemos que el 34% tiene nivel primario de educación el 47% secundaria ,18% superior mientras el 1% no tiene nivel de educación

**Interpretación:** Podemos notar analizando el grafico que la mayoría de la población de Milagro si tiene más que sea un nivel de educación lo que nos da la pauta para que nosotros al momento de crear nuestra empresa y lanzar un producto al mercado debamos crear un producto de calidad y con variedades nutritivas.

**Cuadro 8.** Mujeres encuestadas según su estado civil

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Soltero	115	51%
Casado	93	41%
Viudo	13	6%
Divorciado	6	2%
<b>Total</b>	<b>227</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 6.** Mujeres encuestadas según su estado civil.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

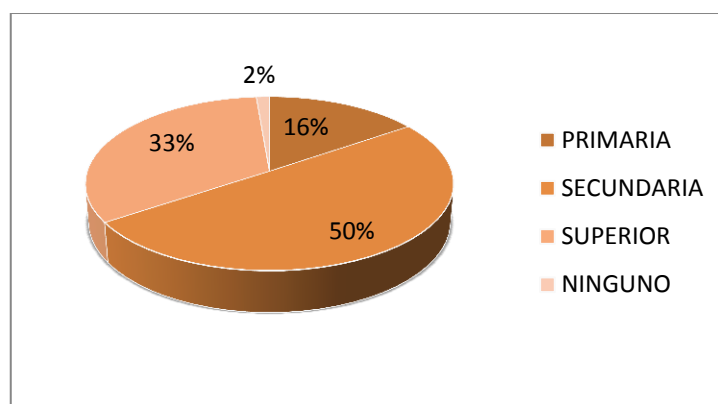
**Análisis:** Del total de mujeres encuestadas podemos notar analizando la gráfica que el 51 % son solteras, el 41% son casadas y 6% viudas

**Interpretación:** Podemos notar que un porcentaje alto de la población es casada y si son casadas existe la probabilidad de que tengan hijos. Entonces nosotros al momento de crear un planta procesadora de piña podemos fabricar productos que sean destinados a él consumos de los niños.

**Cuadro 9.** Mujeres encuestadas según su nivel de educación

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<b>Primaria</b>	35	15%
<b>Secundaria</b>	114	50%
<b>Superior</b>	75	33%
<b>Ninguno</b>	3	2%
<b>Total</b>	227	100%

**Gráfico 7.** Mujeres encuestadas según su nivel de educación.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** Del total de mujeres encuestadas notamos que el 52% tiene un nivel de educación secundario ,33% superior, 16% primaria y el 2% ninguno.

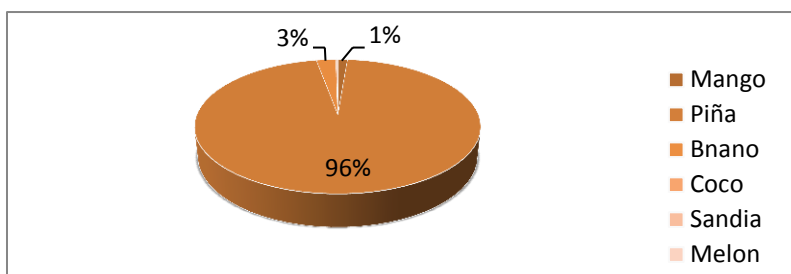
**Interpretación:** Analizando la gráfica podemos notar que la mayoría de las mujeres Milagreñas tienen un nivel de educación entre secundario y superior.

- 1) De las siguientes frutas ¿Cuál cree usted que representa la identidad cultural del cantón Milagro?

**Cuadro 10.** Fruta representativa del cantón.

Alternativas	Resultado	Porcentaje
<b>Mango</b>	5	1%
<b>Piña</b>	368	96%
<b>Banano</b>	10	3%
<b>Coco</b>	0	0%
<b>Sandia</b>	1	0%
<b>Melón</b>	0	0%
Total de Encuesta	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8.** Fruta representativa del cantón.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** En el grafico podemos demostrar que el 96% de la ciudadanía considerada que la piña es la fruta que representa la identidad y cultura de Milagro, mientras que el 3% considero que el banano y finalmente el 1 % opto por la sandía.

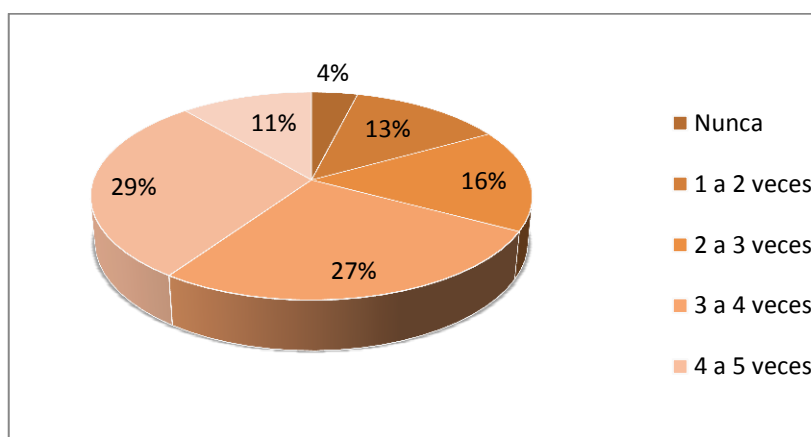
**Interpretación:** La producción de piña en Milagro no se encuentra es su auge mayor, por eso el propósito de industrializar la piña, para de este modo incrementar la misma, ya que con esto las empresas comprarían el producto a los agricultores Milagreños.

2) ¿Cuántas veces al mes usted consume piña?

**Cuadro 11.** Consumo mensual de piña.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<b>Nunca</b>	15	4%
<b>1 a 2 veces</b>	50	13%
<b>2 a 3 veces</b>	61	16%
<b>3 a 4 veces</b>	103	27%
<b>4 a 5 veces</b>	112	29%
<b>5 o más veces</b>	43	11%
Total de la encuesta	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 9.** Consumo mensual de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** De cada cien personas 29 de ellas consumen la piña de 4 a 5 veces al mes, el 27% de 3 a 4 veces, el 16% de 2 a 3 veces, el 13% de 1 a 2 veces, el 11% de 5 o más veces y por último el 4 indica que no consume piña.

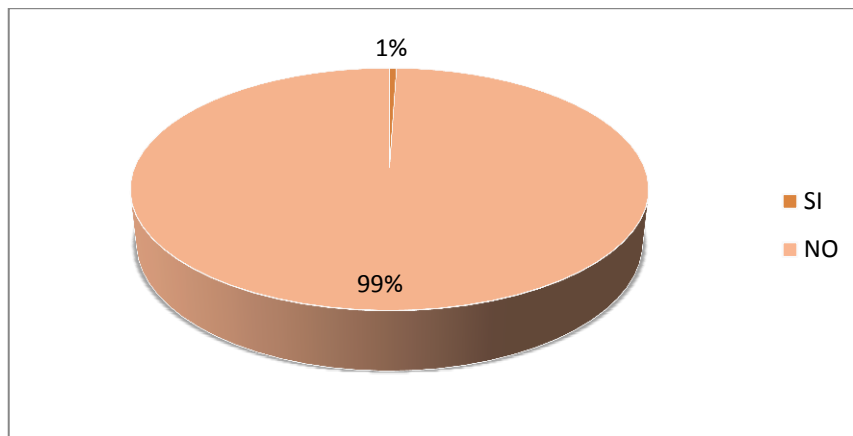
**Interpretación:** De cada cien personas, apenas el 4% no consume la piña indicándonos así que el producto es de mucho agrado para la ciudadanía Milagreña.

3) ¿Conoce Ud. que en el cantón Milagro existan empresas que produzcan derivados de piña?

**Cuadro 12.** Empresas que produzcan derivados de piña.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<b>Si</b>	2	1%
<b>No</b>	382	99%
Total de la encuesta	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10.** Empresas que produzcan derivados de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 99 de cada cien personas indican que no conocen empresas que se dediquen a la elaboración de derivados de piña y tan solo el 1% afirman que sí.

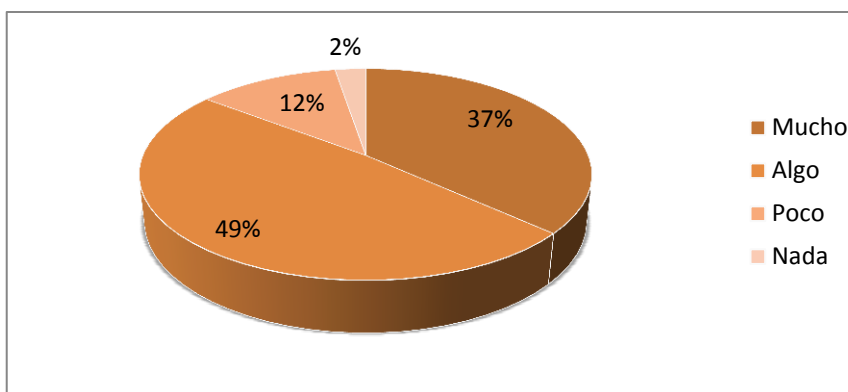
**Interpretación:** Podemos notar que en el cantón Milagro, la piña no está siendo industrializada sino que únicamente se la está consumiendo en su estado natural, dándonos así la pauta para que en el cantón se cree una empresa que procese la piña, ya que la misma no tendría competencia alguna en el mercado al momento de vender su producto, ni al momento de adquirir la materia prima a los productores.

4) ¿Si en el cantón Milagro se implantaría una empresa que industrialice la piña, Ud. compraría los productos?

**Cuadro 13.** Implementación de una empresa que industrialice piña.

Alternativas	Resultado	Porcentaje
<b>Mucho</b>	141	37%
<b>Algo</b>	187	49%
<b>Poco</b>	46	12%
<b>Nada</b>	10	2%
Total de la encuesta	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 11.** Implementación de una empresa que industrialice piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

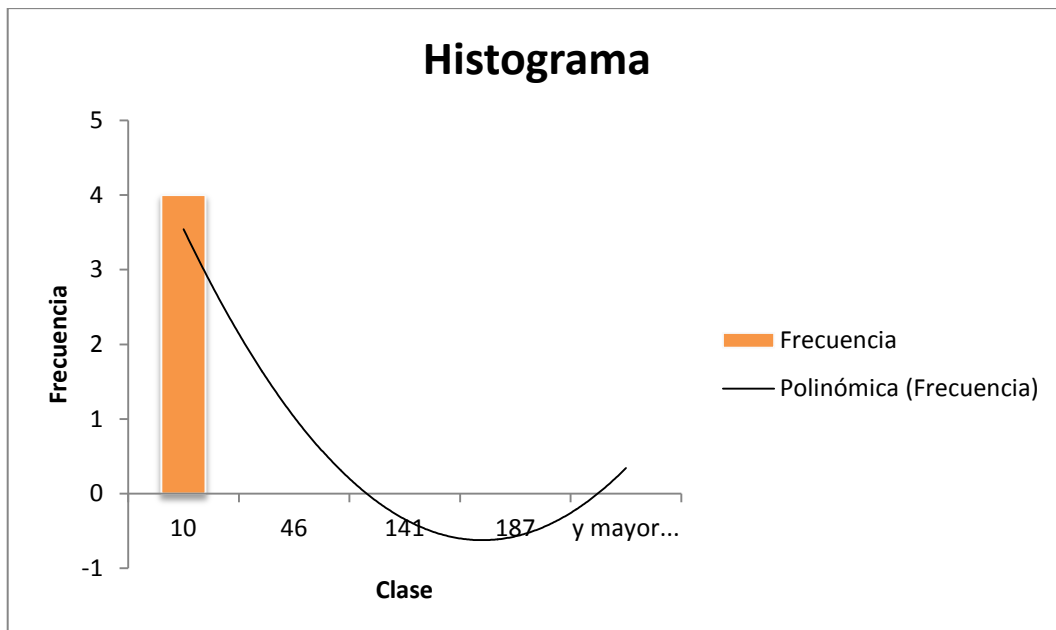
**Análisis:** 49 de cada cien personas opinan que consumirían en algo si en el cantón milagro se implantaría una empresa que industrialice la piña, mientras que el 37% consumirían mucho, el 12% poco y el 2% nada.

**Interpretación:** El cantón Milagro no cuenta con empresas que industrialice la piña como lo pudimos corroborar en la pregunta número 3, analizando el grafico notamos que si se estableciera alguna empresa, esta tendría una gran demanda de sus productos, ya que a la población de milagro en si le gusta la piña.

**Cuadro 14.** Tablas estadísticas.

x1	Fi	FI	hi	HI	(Xl*fl)
1	141	141	0,37	0,37	141
2	187	328	0,49	0,86	374
3	46	374	0,12	0,98	138
4	10	384	0,03	1,01	40
<b>TOTAL</b>	384				693
<b>MODA</b>	2				
<b>MEDIA</b>	1,80				
<b>MEDIANA</b>	2				

**Gráfico 12.** Histograma.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

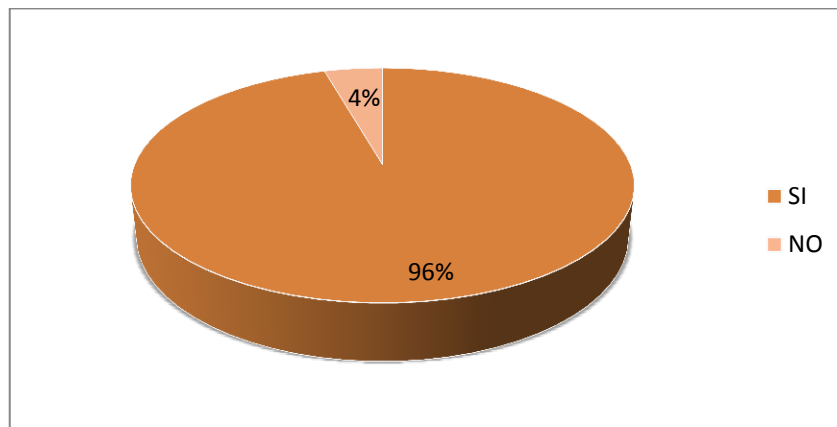


5) ¿Considera usted que la producción de piña debería incrementarse para que no pierda el cantón de milagro su identidad?

**Cuadro 15.** Incremento en la producción de piña.

Alternativas	Resultado	Porcentaje
<b>Si</b>	367	96%
<b>No</b>	17	4%
Total de las encuestas	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 13.** Incremento en la producción de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** De cada cien personas encuestadas EL 96% considera que la producción de piña debería incrementarse para que Milagro no pierda su identidad, mientras que el 4% considero que no.

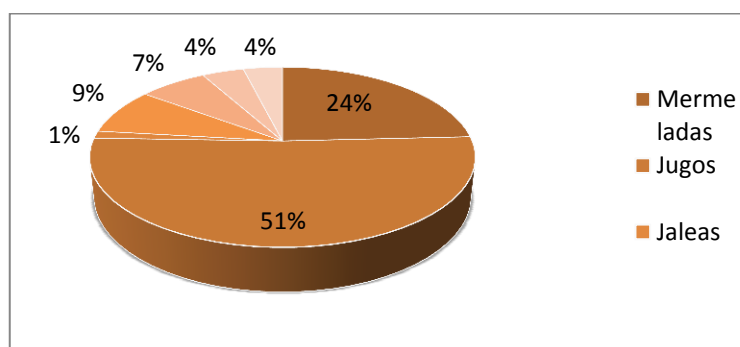
**Interpretación:** De esta manera podemos concluir que Milagro ya tiene una identidad ganada, no solo en el cantón sino que también a nivel nacional como “la ciudad de las piñas”, es por ello que deberíamos industrializar esta fruta para mejorar la calidad de vida tanto de los productores como de la ciudadanía Milagreña, ya que con la implementación de empresas se generaría empleo.

6) ¿En qué forma le gustaría a Ud. degustar la piña?

**Cuadro 16.** Formas de degustación de la piña.

Alternativas	Resultados	Porcentajes
<b>Mermeladas</b>	93	24%
<b>Jugos</b>	197	51%
<b>Jaleas</b>	5	1%
<b>Helados</b>	32	9%
<b>Licor</b>	26	7%
<b>Tortas</b>	16	4%
<b>Pulpa</b>	15	4%
Total de las encuestas	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 14.** Formas de degustación de la piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** De cada cien encuestados 51 personas contestaron que le gustaría degustar la piña en jugos, el 24% en mermeladas, el 9% en helados, el 7% en licor, el 4% tanto en toras como en pulpa, mientras que tan solo el 1% respondió que en jaleas.

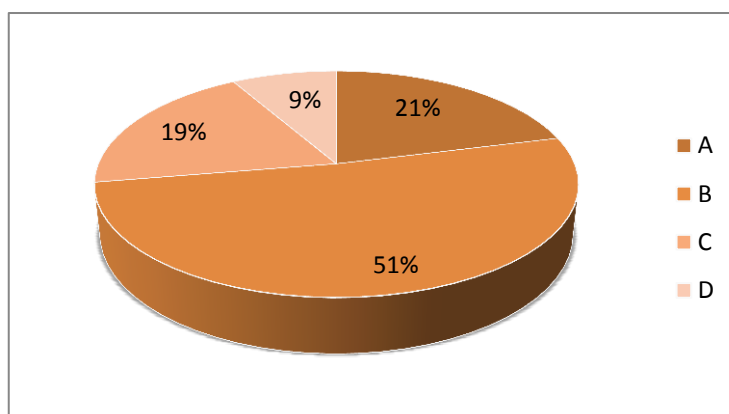
**Interpretación:** A los ciudadanos de Milagro les gusta más consumir la piña en jugos, ya que aducen que es mejor beber un jugo de piña antes que una gaseosa o demás bebidas con colorantes, ya que en el jugo se conserva más su sabor natural. Notamos también que a las personas les gustan las mermeladas de piña debido a su sabor agridulce.

7) De las siguientes alternativas que propiedades y beneficios de la piña Ud. conoce.

**Cuadro 17.** Propiedades y beneficios de la piña.

<i>Regulariza el tránsito intestinal y fortalece el sistema inmunológico.</i>	81	21%
Es abundante en <i>potasio, yodo y vitaminas A, B y C.</i>	197	51%
Es una fruta muy rica en <i>hidratos de carbono.</i>	74	19%
Ninguna.	32	9%
Total de las encuestas	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 15.** Propiedades y beneficios de la piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** De cada cien personas encuestadas el 51% conoce algo acerca de los beneficios y propiedades que brinda la piña, el 21% conoce mucho, el 19 conoce poco mientras que el 9% no conoce nada.

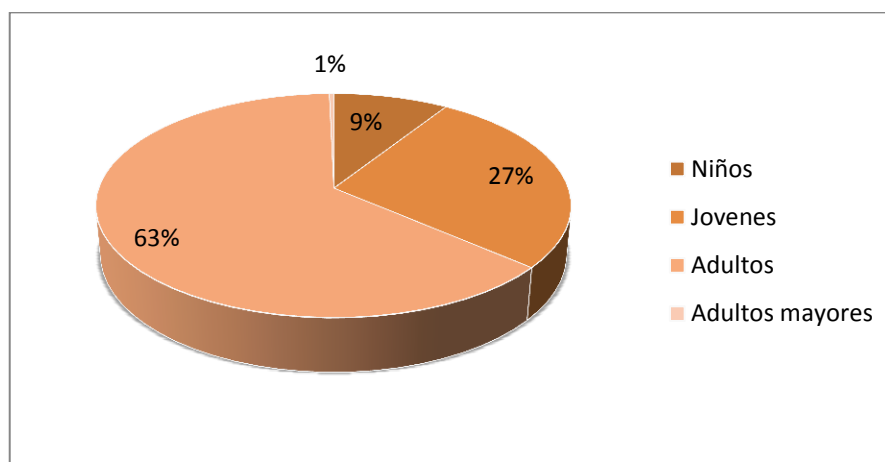
**Interpretación:** Observando el gráfico notamos que los habitantes del cantón Milagro conocen en mucho y algo acerca de los beneficios y propiedades que brinda la piña como nos supieron indicar que esta fruta contiene vitamina c y que sirve como un laxante para el sistema digestivo.

8) ¿Cuál cree usted que es el grupo de la población que consume más la piña?

**Cuadro 18.** Grupo de población que consume más piña.

Alternativas	Resultados	Porcentajes
<b>Niños</b>	30	9%
<b>Jóvenes</b>	90	23%
<b>Adultos</b>	209	54%
<b>Adultos mayores</b>	55	14%
Total de las encuestas	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16.** Grupo de población que consume más piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 54 de cada cien personas contestaron que los adultos son los mayores consumidores de piña, mientras que el 23% los jóvenes, el 14% los adultos mayores y el 9% los niños.

**Interpretación:** Según los datos recopilados a casi toda la población Milagreña le gusta la piña, pero los que consumen en mayor frecuencia son los adultos, ya que ellos conocen más acerca de las bondades nutricionales que tiene esta fruta, mientras que a los niños les gusta poco debido a su sabor agrio que contiene el corazón de la fruta.

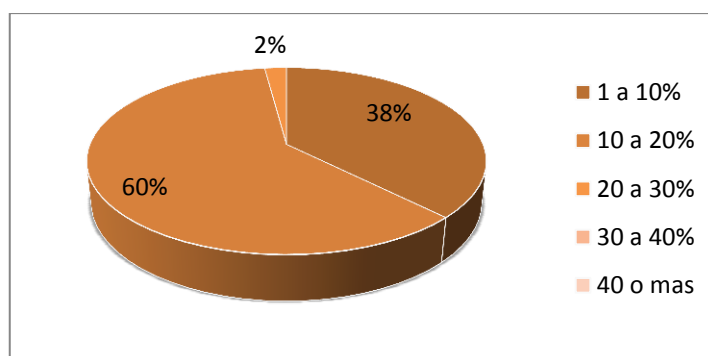
## Preguntas dirigidas al productor.

- 1) ¿Cómo productor cuanto cree Ud. que es su ganancia por cada piña vendida?

**Cuadro 19.** Ganancia por cada piña vendida.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
1 a 10%	18	38%
10 a 20%	29	60%
20 a 30%	1	2%
30 a 40%	0	0%
40 o mas	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17.** Ganancia por cada piña vendida.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** El 60% de los agricultores Milagreños, es decir 29 de los 48 encuestados, consideran que su ganancia por cada piña vendida oscila entre el 10 y el 20%, mientras que 18 estiman que es del 1 al 10% es decir el 38%, finalmente el 2% considera que su ganancia es del 20 al 30%.

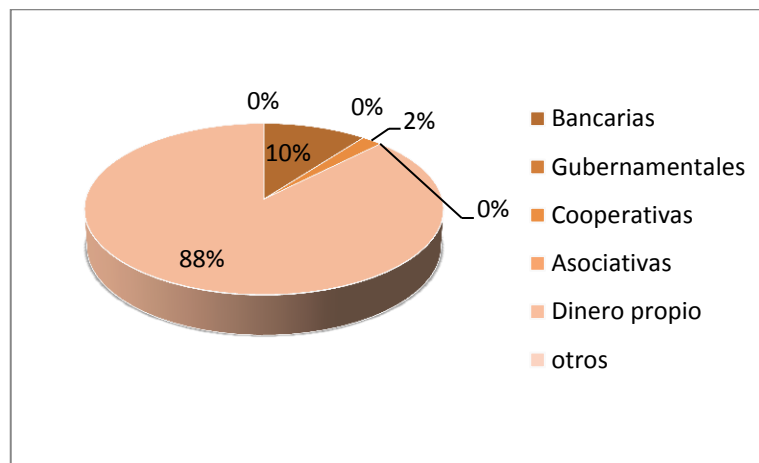
**Interpretación:** Observando el gráfico podemos darnos en cuenta que los productores por cada piña vendida obtienen una ganancia del 1 al 10% por lo general, debido a que el precio de este fruto es muy variable en el mercado y depende de muchos factores tales como el clima, la temporada (demanda) entre otros.

2) ¿A qué entidades financieras usted acude para obtener crédito para realizar su producción?

**Cuadro 20.** Recurrencia a entidades financieras.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Bancarias	5	10%
Gubernamentales	0	0%
Cooperativas	1	2%
Asociaciones	0	0%
Dinero propio	42	88%
Otros	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 18.** Recurrencia a entidades financieras.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** El 88% de los agricultores utilizan dinero propio para realizar su producción, el 10% acuden a entidades bancarias mientras que el 2% a cooperativas de ahorro y crédito.

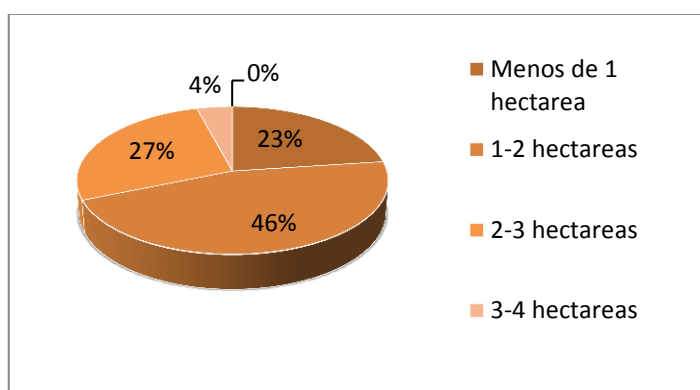
**Interpretación:** Podemos concluir que los agricultores Milagreños prefieren utilizar dinero propio (autofinanciarse) para realizar su producción de piña, en vez de acudir a entidades bancarias o cooperativas de ahorro y crédito ya que ellos mencionan que hasta que se les apruebe su crédito dicha producción se perdería.

3) ¿Cuántas hectáreas de terreno posee usted para la siembra de piña?  
Establecer los beneficios

**Cuadro 21.** Hectáreas de terreno disponibles para la siembra de piña.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Menos de 1 hectárea.	11	23%
1-2 hectáreas.	22	46%
2-3 hectáreas .	13	27%
3-4 hectáreas.	2	4%
4 o más hectáreas.	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 19.** Hectáreas de terreno disponibles para la siembra de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

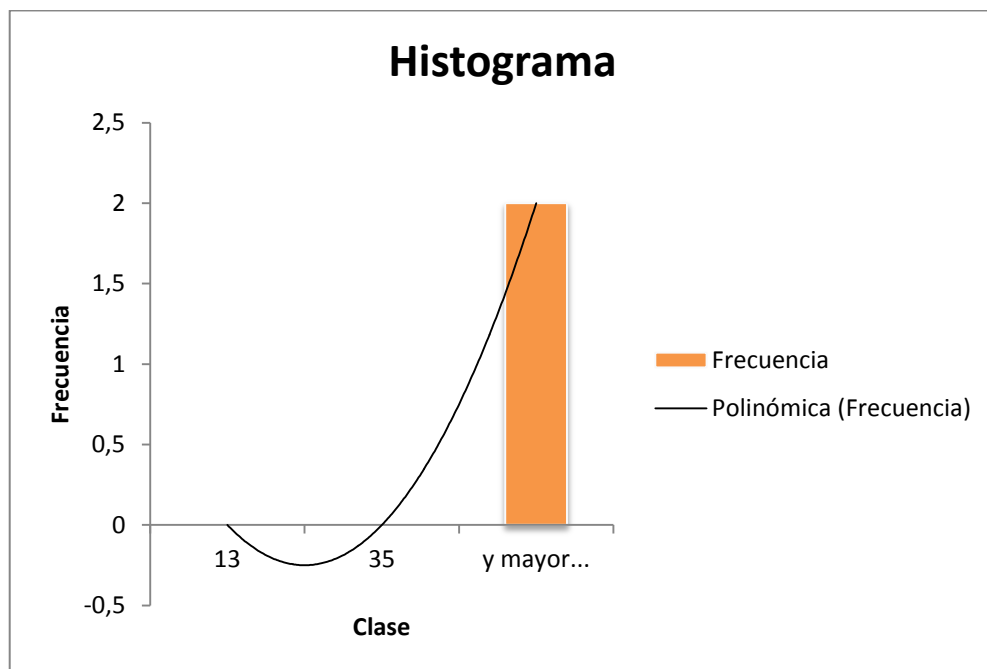
**Análisis:** 22 de cada 48 encuestados mencionan que poseen de 1a 2 hectáreas destinadas para la siembra de piña las cuales representan el 46%, 13 mocionan que poseen de 2 a 3 hectáreas representando así el 27%, 11 menos de una hectárea es decir el 23% y por ultimo 2 encuestados de 2 a 3 hectáreas representando el 4%.

**Interpretación:** El cultivo de la piña en el cantón Milagro hace años atrás era representativo, pero actualmente ha venido decreciendo la producción debido a que los agricultores están utilizando los terrenos que eran aptos para la siembra de este fruto y replazándolos por otros que son más fácil de cultivar y que tienen menos tiempo para la cosecha. Es por ello que en el grafico observamos que el mayor porcentaje de hectáreas de terreno que disponen los productores se encuentra entre el 1a 2 hectáreas.

**Cuadro 22.** Tabla estadística.

Intervalos	x1	fi	FI	hi	HI	(XI*fi)
<b>(0-1)</b>	1	11	11	0,23	0,23	11
<b>(1-2)</b>	2	22	33	0,46	0,69	44
<b>(2-3)</b>	3	13	46	0,27	0,96	39
<b>(3-4)</b>	4	2	48	0,04	1,00	8
		48				102
MODA	2					
MEDIA	2,13					
MEDIANA	2					

**Grafico 20.** Histograma.



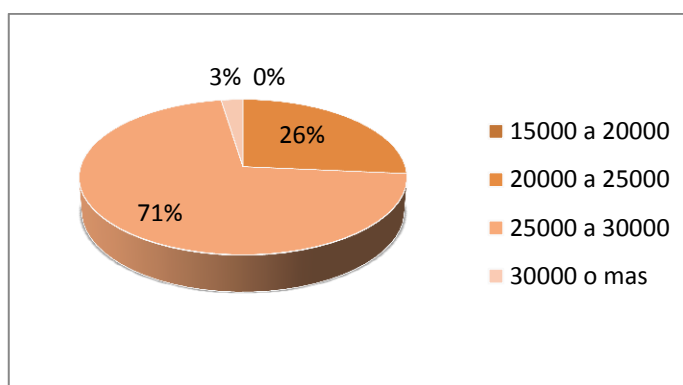


4) Cuál es la producción promedio de piña por hectárea de terreno? Establecer los niveles de producción.

**Cuadro 23.** Producción promedio de piña por hectárea.

Alternativas	Resultado	Porcentaje
15000 a 20000	0	0%
20000 a 25000	13	27%
25000 a 30000	35	73%
30000 o más.	0	0%
Total de las encuestas	48	100%

**Gráfico 21.** Producción promedio de piña por hectárea.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

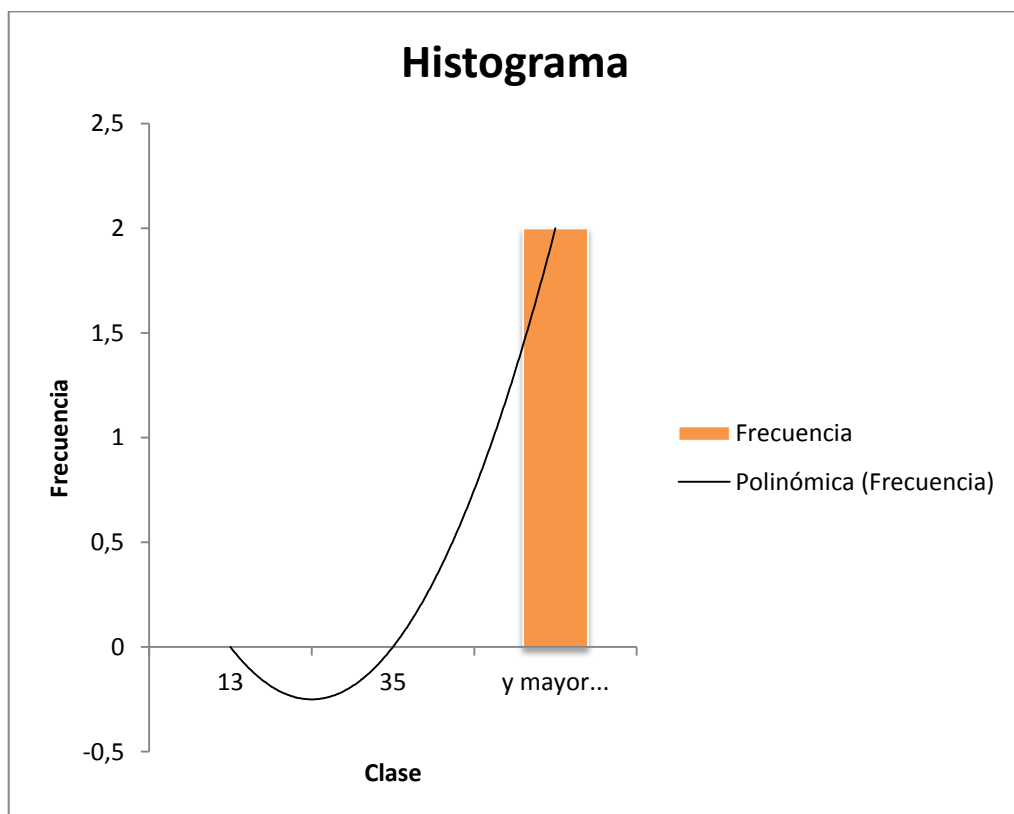
**Análisis:** 35 de cada 48 productores encuestados afirman que por cada hectárea de terreno se produce de 25000 a 3000 frutos, representando el 73%, 13 afirman que es de 20000 a 25000 representando el 27% mientras que las demás alternativas no son relevantes por ello representan el 0%.

**Interpretación:** Dependiendo de los insumos y técnicas que utiliza el productor a más de la distancia de cada piña sembrada se puede obtener por cada hectárea de terreno de 25000 a 30000 frutos como se observa en la gráfica, ya que si se utilizan de una manera ineficiente el terreno saldrían menos cantidades de piñas, es por ello que en las encuestas existe un porcentaje del 27% de agricultores que afirman que por cada hectárea de terreno se obtienen de 20000 a 25000 piñas.

**Cuadro 24.** Tabla estadística.

intervalos	x1	fi	FI	Hi	HI	(Xi*fi)
<b>20000 a 25000</b>	22500	13	13	0,27	0,27	292.500
<b>25000 a 30000</b>	27500	35	48	0,73	1,00	962.500
		48				1.255.000
MODA	2					
MEDIA	26.145,83					
MEDIANA	2					

**Gráfico 22.** Histograma.

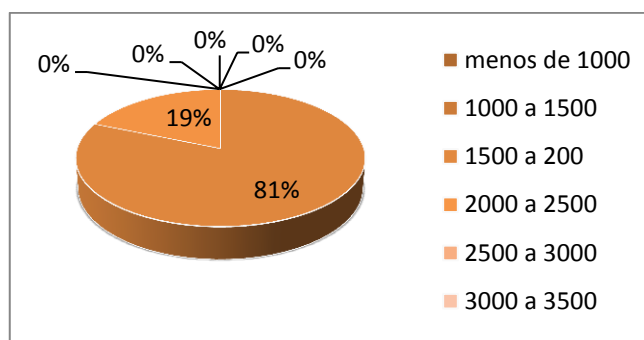


5) ¿En una hectárea de terreno cosechada cuantas unidades de piña le salen en mal estado?

**Cuadro 25.** Cosecha de piñas en mal estado.

Alternativas	Resultados	Porcentajes
Menos de 1000	0	0%
1000 a 1500	0	0%
1500 a 2000	39	81%
2000 a 2500	9	19%
2500 a 3000	0	0%
3000 a 3500	0	0%
3500 o más.	0	0%
Total de las encuestas	48	100%

**Gráfico 23.** Cosecha de piñas en mal estado.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 39 de 48 encuestados afirman que por cada hectárea de terreno cosechada se pierden de 1500 a 2000 piñas, 9 afirma que es de 2000 a 2500 representando el 19%, las otras alternativas no fueron tomadas en cuenta por ellos representan el 0%.

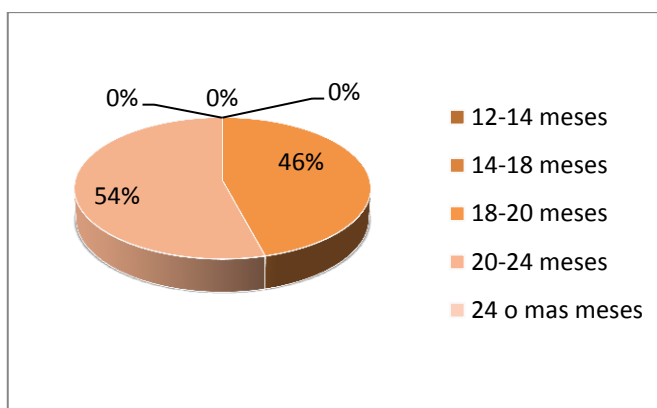
**Interpretación:** Por lo general por cada hectárea de terreno se obtienen de 1500 a 2000 piñas en mal estado es lo que acotaron los agricultores, esto se da debido a varios factores tales como las plagas, exceso o falta de insumos en la producción, pero existen otros factores que ya no dependen del productor como el clima, que este de aquí puede dañar más frutos de lo que normalmente se pierde en una hectárea de terreno, es por ello que observamos en la gráfica que 9 productores que representan el 19% afirmaron que se pierden de 20000 a 25000 piñas.

6) ¿Cuál es el ciclo de tiempo que Ud. demora para cosechar su producción de piña?

**Cuadro 26.** Ciclo de tiempo para cosecha de piña.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
12-14 meses	0	0%
14-18 meses	0	0%
18-20 meses	22	46%
20-24 meses	26	54%
24 o más meses	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 24.** Ciclo de tiempo para cosecha de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 22 de 48 productores encuestados afirman que el tiempo de cosecha de la piña es de 18 a 20 meses, representando de esta manera el 46%, 26 dicen que es de 20 a 24 meses representando el 54%, las otras alternativas no fueron consideradas por los encuestados.

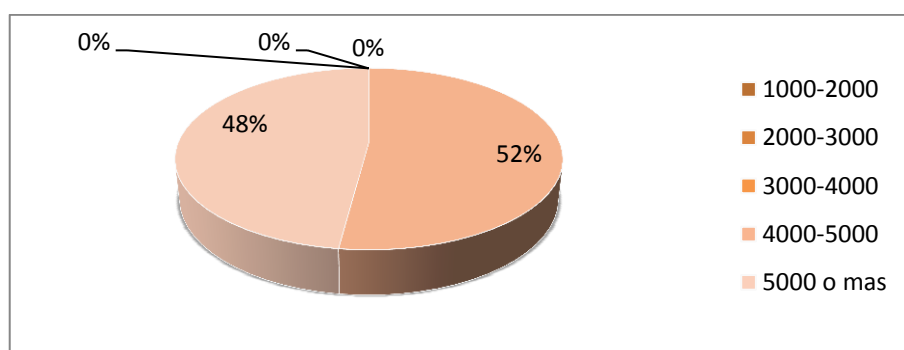
**Interpretación:** Dependiendo de los insumos que se utilicen se puede acortar el tiempo de cosecha de la piña, pero esto tiene una grave consecuencia por que le quita el sabor dulce de la piña y en el mercado aquel fruto se vende a un precio menor ya que algunos productores utilizan insumos para madurar el fruto en menor tiempo. Es por ello que la mayoría de los agricultores Milagreños utilizan insumos para combatir más las plagas que para acelerar el proceso de maduración del fruto, observando así en el gráfico que el mayor porcentaje de productores afirman que el ciclo normal de cosecha es de 20 a 24 meses.

7) ¿Cuánta cantidad de dinero Ud. invierte para el cultivo de una hectárea de piña?

**Cuadro 27.** Inversión para el cultivo de una hectárea de piña.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
1000-2000	0	0%
2000-3000	0	0%
3000-4000	0	0%
4000-5000	25	52%
5000 o más.	23	48%
Total de las encuestas	48	100%

**Gráfico 25.** Inversión para el cultivo de una hectárea de piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 25 de 48 encuestados aducen que se invierte por cada hectárea de piña producida de 4000 a 5000 dólares lo cual representa el 53%, mientras que 23 afirman que es de \$5000 o más, representando así el 48%, las demás alternativas fueron irrelevantes.

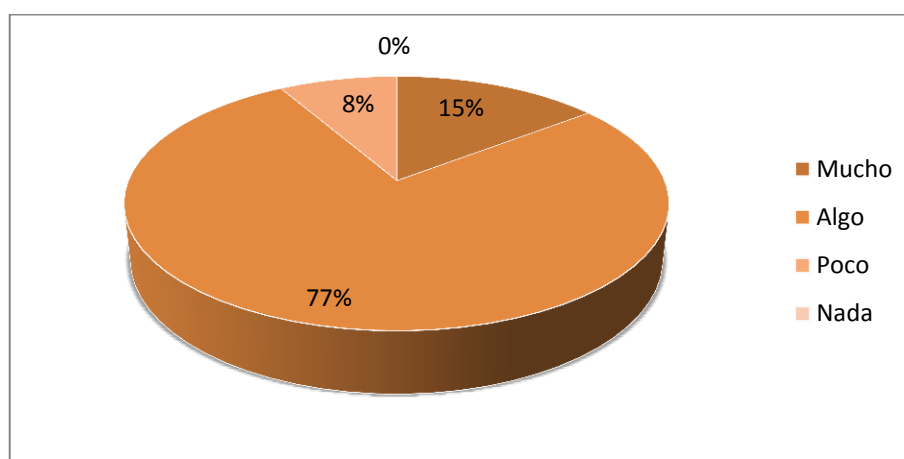
**Interpretación:** Observando el grafico podemos interpretar que por cada hectáreas de terreno cultivada por lo general se invierte de 4000 a 5000 dólares, pero notamos que existe un gran porcentaje que afirman que es de \$5000 o más, esto puede ser porque hay algunos agricultores que no poseen terrenos propios y deben alquilar, dándoles como resultado un mayor a costo al momento de invertir en la siembra de piñas.

8) ¿Usted ha reducido la producción de piña por otros productos? Si su respuesta es si en cuánto?

**Cuadro 28.** Reducción de la producción de piña por otros productos.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Mucho	7	15%
Algo	37	77%
Poco	4	8%
Nada	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 26.** Reducción de la producción de piña por otros productos.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 48 de 48 productores encuestados dicen que si ha reducido la producción de piña por otros productos, de los cuales 37 afirman que han reducido en algo, 7 en mucho y 4 en poco.

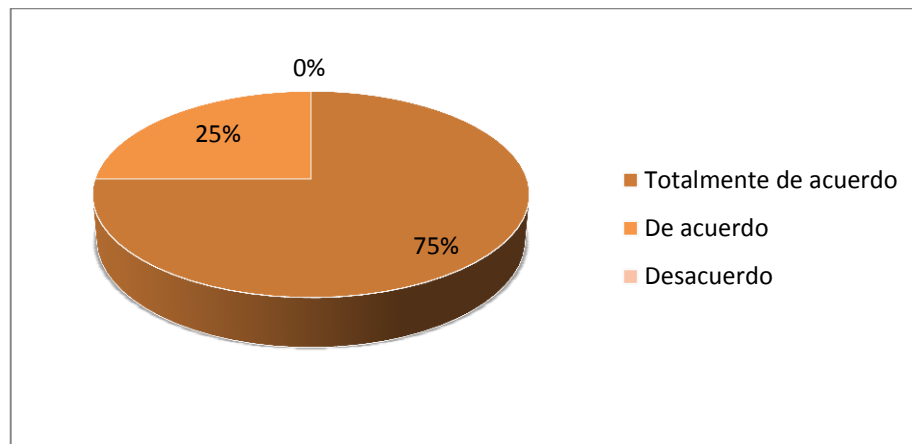
**Interpretación:** Está comprobado que la producción de piña ha disminuido de manera sustancial en comparación con los registro de años anteriores, la manera que se incremente la producción será industrializando el producto.

9) ¿Usted estaría de acuerdo con que su producción sea destinada a la industrialización y no para la producción?

**Cuadro 29.** Producción destinada para la industrialización.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	36	75%
De acuerdo	12	25%
Desacuerdo	0	0%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 27.** Producción destinada para la industrialización.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 36 de 48 productores encuestados dicen que estarían totalmente de acuerdo que su producción se destine a la industrialización, mientras que 12 encuestados están de acuerdo.

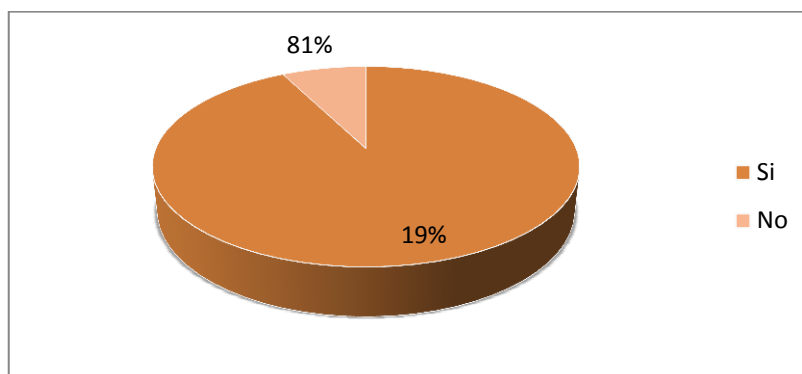
**Interpretación:** Observando el gráfico notamos que los productores están totalmente de acuerdo en vender su producción a las industrias ya que para ellos representa un nuevo mercado y tendrían un lugar seguro donde vender su producción, y con ello mejorarían su calidad de vida.

10) ¿Si se establece el precio con la industrialización de la piña usted estaría dispuesto a sembrar más piña?

**Cuadro 30.** Resultados encuestas a los productores.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	39	81%
No	9	19%
Total de las encuestas	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 28.** Productores dispuestos a sembrar más piña.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Análisis:** 39 de 48 agricultores encuestados afirman que si se industrializa la piña estarían dispuestos a sembrar más de este fruto, mientras que 9 encuestados acotan que no.

**Interpretación:** Con esto apreciamos que los agricultores se sienten en confianza si existiera una empresa a la cual ellos puedan vender su producción ya que con esto el precio se podría establecer e incluso podría aumentar la producción.



### 4.3 Resultados

Según la información obtenida hemos analizados los resultados y concluimos que en el cantón Milagro no existe una empresa que se dedique a la elaboración de derivados de piña y que los agricultores de Milagro están dispuestos a incrementar la producción si se industrializa la piña es por esta razón que tenemos la base para proponer la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de derivados de piña y así mejorar la calidad de vida tanto de los agricultores como de la población de Milagro ya que con la creación de una empresa se genera empleo y se puede rescatar la identidad de Milagro como la ciudad de las piñas. También pudimos notar que la piña es una fruta que le agrada a casi toda las personas en especial los adultos, jóvenes

### 4.4 Verificación de la hipótesis

**Cuadro 31.** Verificación de las Hipótesis

HIPÓTESIS	INDICADOR	TÉCNICA
La implantación de un modelo de industrialización ayudara a producir y comercializar el producto y mejorara el nivel de vida de los productores, agricultores del cantón Milagro.	La Hipótesis se confirma debido a que en la pregunta 4 las personas si consumirían los productos si hubiera una empresa en el cantón que procese la piña lo que incentiva a la producción y comercialización del producto y la pregunta 10 los productores estarán dispuestos a sembrar más piña si se estabiliza el precio con la industrialización lo que incentiva a la producción comercialización y con esto se mejora la calidad de vida de los agricultores.	Encuesta Preguntas No 4 de los consumidores y 10 de los productores
Mejorando las técnicas de cultivo de la producción de la piña se reducirán los costos y aumentaran los niveles de cosecha.	Observamos que en la pregunta 1 se habla acerca de la ganancia del productor por cada piña vendida mientras que en la 4 cuál es la producción promedio por cada hectárea y la 5 cuántas unidades de piña salen en mal estado en una cosecha La hipótesis se confirma ya que si se obtienen menos cantidad de piñas en mal estado quiere decir que se está empleando una buena técnica de cosecha y con esto se reducen los costos y se obtienen más ganancia.	Encuesta Preguntas No 1,4,5 de los productores
Con la industrialización del sector Piñero se puede	Podemos observar que la pregunta 10 corrobora esta hipótesis Si se establece el	Encuesta Pregunta 10 de los

estabilizar el precio y la producción y esto mejorara a que los agricultores utilicen sus hectáreas de terrenos en el cultivo de piña.	precio con la industrialización de la piña usted estaría dispuesto a sembrar más piña Si se siembra más piña se necesita más terreno.	productores
Con el establecimiento de las preferencias del consumidor se puede producir bienes para nichos establecidos	La pregunta 2 observamos que las personas consumen mucho la piña y en la pregunta 6 que a las personas le gusta consumir la piña en jugo y la pregunta 8 que los que más consumen son los adultos Con esta información podemos corroborar la hipótesis ya que hemos establecidos el nicho de mercado a los cuales estará dirigido el producto	Encuesta Pregunta 2,6,8 de los consumidores
La implementación de empresas que producen derivados de piña en el cantón Milagro aumentara la demanda del producto.	Observamos que la pregunta 4 afirma esta hipótesis ya que si se implementa una empresa en el cantón las personas demandarían mucho los productos	Encuesta pregunta 4 de los consumidores
La optimización de los recursos reduciría los costos y mejorara la el precio de venta de la piña para el agricultor.	Observando los datos obtenidos de la encuesta la pregunta1 habla acerca de la ganancia del productor por cada piña vendida la 4 sobre cuál es la producción promedio por cada hectárea de terreno y la 6 sobre el ciclo de tiempo para la cosecha mientras que la 7 sobre la cantidad de dinero invertida estas cuatro preguntas afirman esta hipótesis ya que si se usa bien cualquiera de estos recursos se puede reducir los costos,	Encuesta Pregunta 1,4,6,7 de los productores

**Fuente:** Investigación de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

## CÁPITULO V

### PROPUESTA

#### 5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de piña (jugo, mermelada y concentrados) en el cantón Milagro para el periodo 2014.

#### 5.2 FUNDAMENTACIÓN

Las empresas agroindustriales son organizaciones que participan directamente o como intermediaria en la producción agraria, procesamiento industrial o comercialización nacional y exterior de bienes comestibles o de fibras.

También se dice que la agroindustria agrupa a todos los participantes en la industria agraria, que no solo son los proveedores de tierra, capital y trabajo, sino también a las instituciones del mercado para la comunicación y movimiento de los artículos, así como a las instituciones y mecanismos de coordinación entre sus componentes.<sup>88</sup>

**Proceso de producción industrial:** Aquellos que precisan de ciertos elementos como la materia prima, la mano de obra cualificada y una cierta tecnología más o menos compleja. El resultado del proceso de producción será el producto, eje entorno al cual gira todo el proceso de producción.<sup>89</sup>

**Cadena de frío:** Es el sistema formado por cada uno de los pasos que constituyen el proceso de refrigeración o congelación necesario para que los

---

<sup>88</sup>([www.agroindustriaperu.galeon.com/](http://www.agroindustriaperu.galeon.com/))

<sup>89</sup>([www.uninet.edu](http://www.uninet.edu))

alimentos perecederos o congelados lleguen de forma segura al consumidor, incluye todo un conjunto de elementos y actividades necesarias para garantizar la calidad y seguridad de un alimento, desde su origen hasta su consumo.<sup>90</sup>

**Conservantes:** Los conservantes son sustancias naturales y artificiales usadas en la preservación de los alimentos ante la acción de los microorganismos, con el fin de impedir su deterioro por un tiempo determinado bajo ciertas condiciones de almacenamiento.<sup>91</sup>

**Ácido cítrico:** Es un ácido orgánico tricarboxílico que se encuentra en la mayoría de las frutas, como la naranja, limón o piña. Es un muy buen conservante y antioxidante natural, se utiliza mucho en la industria alimenticia como aditivo en el envasado de muchos productos, como por ejemplo las latas de conservas de vegetales.<sup>92</sup>

**Inventario de producción en proceso:** Es la relación de existencias de materias primas que se encuentran en cualquier etapa de transformación para la elaboración de un Producto, el cual no puede considerarse aún como terminado.<sup>93</sup>

**Empacado:** El empaque preserva la calidad de los alimentos y los protege de los daños que pudieran producirse durante el almacenamiento, el transporte y la distribución.<sup>94</sup>

**Control de calidad:** Es parte de las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización orientadas a cumplir los requisitos de calidad.<sup>95</sup>

### 5.3 JUSTIFICACIÓN

Milagro es una ciudad netamente agrícola, en donde por su clima se siembra frutas tropicales, siendo el cultivo de piña el que le otorga a la ciudad una identidad a nivel local, regional y nacional.

En las últimas décadas la producción de piña ha venido decreciendo debido a varios factores que inciden tanto directa como indirectamente, como por ejemplo: la

---

<sup>90</sup>([www.consumer.es/](http://www.consumer.es/))

<sup>91</sup>([www.cricyt.edu.ar/](http://www.cricyt.edu.ar/))

<sup>92</sup>([www.sanoynatural.cl](http://www.sanoynatural.cl))

<sup>93</sup>([www.eco-finanzas.com](http://www.eco-finanzas.com))

<sup>94</sup>([www.tecnologiaempaques.blogspot.com](http://www.tecnologiaempaques.blogspot.com))

<sup>95</sup>([www.atisae.com](http://www.atisae.com))

inestabilidad del precio del producto, el extenso tiempo de la cosecha y el más importante de todos como es la falta de industrialización del producto.

Es por ello la implementación de una empresa que procese la piña y produzca derivados de la misma, con esto podemos estabilizar así el precio de la materia prima (la piña) incentivando a que los productores opten por sembrar más este producto ya que ahora contarían con un mercado el cual garantiza la compra de su producción, de esta manera rescatar la identidad cultural del cantón Milagro y mejorar la calidad de vida tanto de los productores como de la ciudadanía en general.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Implementar una fábrica que satisfaga las necesidades de la población milagreña a través de la industrialización de la piña y obteniendo de ella jugos, mermeladas y concentrados para así incentivar a los agricultores que se dedican a este cultivo a incrementar y mantener la producción del mismo.

### **5.4.2 Objetivos Específicos**

- ❖ Contar con los requerimientos técnicos, físicos, geográficos y económicos para la instalación de una fábrica procesadora de piña.
- ❖ Desarrollar un análisis financiero para verificar si el proyecto tiene rentabilidad.
- ❖ A través de las preferencias del consumidor desarrollar estrategias de mercado para tener una mejor perspectiva del nicho de mercado a la cual dirigiremos nuestros productos.
- ❖ Considerar las preferencias y gustos del consumidor para así brindarle un producto de calidad y con propiedades nutritivas.

## 5.5 Ubicación

**Figura 16.** Ubicación de la planta.



**Fuente:** <http://maps.google.com>. Guayas  
**Responsables:** Carlos Orna – Diego Dután

Para la implementación de una compañía de tipo agro industrial es necesario cumplir con una serie de requisitos tales como: ubicación. Maquinaria, materia prima. Todos estos factores son de suma importancia ya que ellos determinan la eficiencia y eficacia de la fábrica

En cuanto a la fábrica esta estará ubicada a la afuera del cantón entre la vía a Naranjito y la avenida Jaime Roldos este terreno posee una extensión de dos Hectáreas es un espacio amplio el cual es perfecto para el tamaño de la fábrica.

Las ventajas que posee la fábrica por estar ubicada en este sitio son:

Estará ubicada cerca del mercado mayorista del cantón milagro en donde llega toda la producción de piña de milagro y sus alrededores.

Las vías de acceso a la planta están pavimentadas lo que hace fácil la circulación de vehículos que transporten la materia prima. Cuenta con servicios básicos agua .luz y teléfono lo que facilita la implementación de la fábrica.

## **5.6 FACTIBILIDAD**

### **5.6.1 La Empresa**

#### **Misión, visión, objetivos y valores de la empresa**

##### **Misión**

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de jugos, mermeladas y concentrados de piña, enfocados en productos con estándares de calidad e higiene y con altos niveles de propiedades nutritivas, dirigidos al mercado local y nacional.

##### **Visión**

Ser una de las empresas procesadoras de derivados de piñas más reconocidas a nivel local y nacional. De gran capital intelectual, centrados en una cultura organizacional dedicada, comprometida con la sociedad y el bienestar de nuestros colaboradores,

##### **Valores**

##### **Responsabilidad**

Producir productos de calidad con bajo niveles de contaminación ambiental siendo responsables con el medio ambiente y la sociedad en general.

##### **Lealtad**

Es el trabajo conjunto de la empresa con los proveedores de nuestra materia prima logrando así fidelidad y lealtad entre ambas partes.

##### **Confianza**

Es la seguridad que proyecta la empresa para que nuestros clientes se sientan respaldados y cómodos con nosotros

## **Respeto**

Es uno de los pilares más importantes en el crecimiento de nuestra empresa ya que el respeto debe estar presente en todas las áreas entre empleador empleados y clientes.

## **Honestidad**

Es la base fundamental de nuestra empresa contar con personal honesto para así brindarle a nuestros clientes productos de con altos niveles de calidad.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Satisfacer las necesidades de los consumidores Milagreños brindándoles productos de alto nivel de calidad y con propiedades nutritivas.

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Brindar productos de alta calidad a nuestros clientes.
- ❖ Ser confiables y tener credibilidad para que nuestros clientes se sientan seguros y conformes.
- ❖ Proporcionar productos con tecnología de última generación.
- ❖ Captar y fidelizar con nuestro sabor y calidad a más clientes.

### **5.6.2 Factibilidad legal**

Debemos tomar en cuenta que todo negocio necesita de una infraestructura y una base para su sustento. Es por esta razón que se necesita establecer un estatus para su constitución donde podamos establecer los recursos que vamos a utilizar tales como; recursos financiero, capital humano así como los objetivos que vaya a alcanzar nuestra organización.

Para ello se necesita cumplir con todos los requisitos necesarios para legalizar nuestra empresa



## **Requisitos para establecer una compañía anónima**

### **Socios**

Una compañía anónima se constituirá con dos accionistas mínimo, sin tener un máximo de accionistas.

### **Capital**

Una compañía anónima podrá constituirse con un capital mínimo de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total.<sup>96</sup>

#### **Para obtener el Registro Único de contribuyente se lleva la siguiente documentación:**

- ❖ Original y copia de la Escritura de Constitución o en su defecto copia Notariada;
- ❖ Original y copia del Nombramiento del representante legal de la Compañía, debidamente inscrito en el registro Mercantil;
- ❖ Copia de cedula y certificados de votación del Representante Legal, a color;
- ❖ Formularios 01-A y 01-B debidamente llenos y firmados por el representante legal;
- ❖ Original y copia de planilla de agua, luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, gerente general o a nombre de la compañía; de no tener estos documentos deberá adjuntar contrato de arrendamiento debidamente inscrito en la Corte de Justicia, el arrendatario deberá de tener RUC en el que conste la actividad de arrendamiento de bienes muebles.
- ❖ De realizar el trámite una tercera persona esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del Gerente General de la compañía, así como también copia de la cédula de identidad y certificado de votación a colores.

---

<sup>96</sup> (www.supercias.gob.ec)

- ❖ Patente Municipal;
- ❖ Permiso del cuerpo de bomberos<sup>97</sup>

**IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:**

- ❖ Actualización de Datos del Registro Patronal,
- ❖ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- ❖ Digitar el número del RUC y
- ❖ Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- ❖ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ❖ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ❖ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ❖ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ❖ Copia de pago de teléfono, o luz

Calificación artesanal si es artesano calificado<sup>98</sup>

## **PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO**

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

## **PATENTES MUNICIPALES**

Para la emisión de la patente municipal es necesario cumplir con los siguientes requisitos

- ❖ Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- ❖ RUC actualizado.

---

<sup>97</sup> (www.dspace.ups.edu.ec)

<sup>98</sup> (www.iess.gob.ec)

- ❖ Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- ❖ Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- ❖ Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

### **Permiso del cuerpo de bomberos**

Toda empresa u organización para poder funcionar debe tener el permiso del cuerpo de bombero que es por seguridad

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia del nombramiento del representante legal
- ❖ Cedula y papel de votación del representante legal
- ❖ Planilla de luz
- ❖ Pago de taza o permiso , de acuerdo a la actividad económica

### **Obligaciones tributarias**

- ❖ Obtener el ruc y hacer declaraciones
- ❖ Declaración de impuesto al valor agregado IVA
- ❖ Declaración del impuesto a la renta
- ❖ Pago del anticipo del impuesto a la renta
- ❖ Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta

### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.**

Requisitos:

- Una solicitud dirigida al Director provincial de Salud del Guayas.
- Registro Único de Contribuyente
- Cedula de ciudadanía
- Certificado de votación

- Certificado del cuerpo de bomberos
- Copia de los certificados de salud de los trabajadores
- Traer por duplicado en carpeta manila con copia de solicitud.

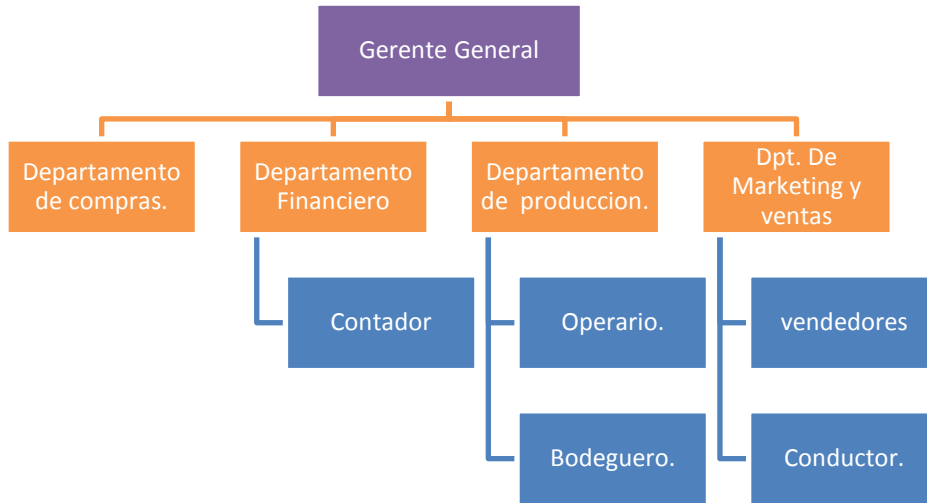
### **5.6.3 Personal**

Para la implementación de la fábrica procesadora de piña se requerirá de 15 personas que estarán distribuidas en de la siguiente forma como son Gerente general, secretaria, Departamento de compras, Departamento Financiero, Departamento de producción y Departamento de Marketing y ventas

El número de personas que ocuparan los diferentes departamentos están distribuidos de la siguiente manera

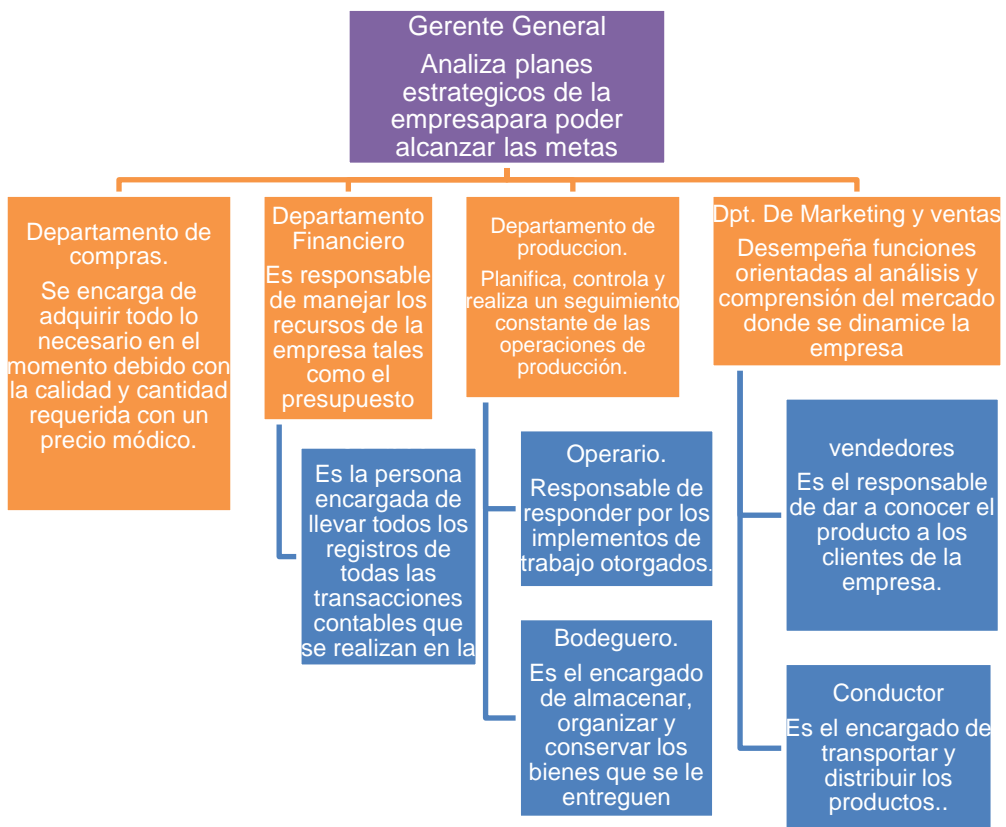
- Un Gerente general
- Una Secretaria
- Un director del departamento de compras
- Un contador
- Un director del departamento de producción
- Tres operarios
- Dos bodeguero
- Dos vendedores
- Tres conductor

**Grafico 29.** Organigrama de la empresa Milagreñita.



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután

**Grafico 30.** Organigrama funcional de la empresa Milagreñita



#### **5.6.4 Manual de funciones.**

##### **Gerente General**

##### **Función Básica:**

Es la persona encargada de organizar, planificar y dirigir la empresa o industria, para alcanzar las metas de la compañía y hacer cumplir a los empleados las funciones encomendadas.

##### **Función Específica:**

- Representar legalmente a la compañía.
- Capacidad y eficiencia para resolver problemas en negociaciones empresariales.
- Planificar y poner en desarrollo los objetivos a corto y largo plazo y notificar proyecciones de dichos objetivos a la junta general.
- Evaluar periódicamente el cumplimiento funcional de los departamentos existentes en la empresa.
- Es el encargado de aprobar los estados financieros.
- Mantener un ambiente cómodo y motivacional para el personal que labora en la empresa.
- Se encarga de la contratación y despido del personal.

##### **Perfil del cargo:**

- Edad: entre 26 y 45 años.
- Género: Indistinto.
- Título: Profesional de tercer nivel en Administración de empresas, CPA, Economía o carreras afines.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos y responsabilidades similares.
- Manejo de utilitarios básicos de computación y manejo mínimo de dos lenguas.

## **Secretaria**

### **Función Básica:**

Es aquella que brinda un apoyo incondicional con las tareas establecidas por sus superiores, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir dentro de la empresa.

### **Función Específica:**

- Persona proactiva, organizada y puntual en sus funciones.
- Mantener discreción sobre asuntos relacionados con la empresa.
- Tener un desempeño eficiente en su área.
- Obedecer y realizar las tareas encomendadas por sus superiores.
- Contar con facilidad de dominio en expresiones tanto verbales como escritas.

### **Perfil del cargo:**

- Edad: de 20 a 35 años.
- Género: Femenino.
- Estado Civil: Indistinto.
- Competencia Técnica: Tener bachillerato y estar cursando niveles universitarios en Administración de empresas, Finanzas o comercial, con conocimientos en contabilidad e inglés.
- Manejo de paquete office.
- Experiencia mínima de un año.
- Buena presencia

## **Departamento de compras**

### **Función Básica:**

Se encarga de adquirir todo lo necesario en el momento debido con la calidad y cantidad requerida con un precio módico.

### **Funciones Específicas:**

- Se encarga de buscar cada vez nuevos proveedores.
- Cotiza precios, calidad y transporte.
- Tiene a cargo el abastecimiento de materia prima e insumos útiles para la empresa.
- Mantiene informada a la administración los cambios de los precios en los insumos de los productos.
- Tiene como misión negociar las condiciones de entrega y pago, realiza tratos en casos de rechazos y ajustes.
- Realiza entrevistas con proveedores y representantes.
- Se encarga de adquirir, manejar y almacenar con seguridad los insumos.
- Supervisa la calidad de los productos a adquirir.

### **Perfil del cargo:**

- Edad: 23 a 45 años.
- Género: indistinto.
- Tener título universitario en contabilidad, auditoría, administración o carreras a fines.
- Experiencia mínima: 2 años en cargos a fines.
- Conocimiento en análisis financiero.
- Conocimientos en tributación.



- Manejo de paquete office.
- Manejo del idioma inglés.

### **Departamento financiero**

#### **Función Básica:**

Es responsable de manejar los recursos de la empresa tales como el presupuesto, gastos en los permisos legales, balance general, para así poder conocer el estado financiero de una empresa. También es el encargado de solicitar préstamos bancarios para el financiamiento de la empresa.

#### **Función Específica:**

- Preparar y emitir los estados financieros de la organización.
- Elabora y controla el presupuesto de la compañía.
- Se encarga de solicitar préstamos bancarios.
- Monitorea y evalúa constantemente los costos en ingresos de la compañía.
- Reporta periódicamente al gerente sobre el presupuesto que gasta o necesita la empresa.
- Guarda con absoluta reserva la información de la compañía.
- Analiza las tendencias del mercado y los precios.
- Controla los activos de la empresa.

#### **Perfil del cargo:**

- Edad: de 25 a 45 años
- Género: indistinto
- Título profesional de tercer nivel en administración de empresas, gestión empresarial, economía, CPA, o carreras afines.
- Capacitación en cursos de especialización.

- Capacidad para tomar decisiones.
- Experiencia mínima de 3 años en cargos a fines.
- Aptitud para planificar y dirigir.
- Manejo de herramientas office.
- Manejo del idioma inglés.
- Curso de manejo gerencial.

## **Contador**

### **Función Básica**

Es la persona encargada de llevar todos los registros de todas las transacciones contables que se realizan en la empresa así como también de realizar los estados financieros

### **Función Específica**

- Registro organizado de las transacciones contables
- Mantener al día todas los libros contables de ley
- Tener digitalizadas todas las transacciones contables
- Realizar conciliaciones bancarias
- Preparar informes sobre el movimiento contable
- Realizar registro del inventario

### **Perfil del cargo**

- Edad: de 25 a 45 años.
- Género: Indistinto.
- Tener título universitario en CPA.
- Experiencia: mínima de 3 años en cargos a fines.

- Disponibilidad de tiempo completo
- Tener conocimientos actualizados de impuestos tributarios

### **Departamento de producción**

#### **Función Básica:**

Es donde se puede solicitar y controlar el material necesario para el trabajo, determinando así las secuencias de operaciones, los métodos e inspecciones, se distribuye el trabajo y se logra la satisfacción del cliente.

#### **Función específica:**

- Planifica, controla y realiza un seguimiento constante de las operaciones de producción.
- Verifica el proceso de producción.
- Velar por la calidad de los diversos procesos de fabricación a fin de garantizar una óptima manufactura.
- Controla la producción y los inventarios.
- Higiene y seguridad industrial.
- Se encarga de la elaboración de métodos y medición de trabajo.

#### **Perfil del cargo:**

- Edad: de 25 a 45 años
- Género: indistinto.
- Título profesional preferiblemente de químico farmacéutico y/o bioquímico farmacéutico,
- Conocimiento avanzado de herramientas informáticas.
- 4 años de experiencia en cargos a fines.
- Conocimiento en logística y fábrica.

- Conocimiento en manejo de maquinarias (procesadoras de frutas).
- Capacidad de toma de decisiones.

## **Operario**

### **Función Básica:**

Un operario de producción debe estar muy bien capacitado para leer planos, gráficos de diseño y lograr así entender los planes del producto que está elaborando cumpliendo con las especificaciones que el fabricante le ha dado para el su producto.

### **Función Específica:**

- Cumplir con el horario de trabajo asignado.
- Informar de cualquier anomalía que suceda en el lugar de trabajo.
- Responsable de responder por los implementos de trabajo otorgados.
- Responsabilidad de realizar las funciones otorgadas por el jefe inmediato.
- Se encarga de revisar la materia prima
- Controla las maquinas
- Revisa que los productos terminados estén en buen estado
- Coloca los productos en los cartones para luego ser distribuidos
- Se encarga de colocar la materia prima en las maquinas
- Revisa y se encarga de limpiar el lugar de producción

### **Perfil del cargo**

- Ser bachiller o estar cursando niveles universitarios.
- Alta responsabilidad y autodisciplina.
- Honestidad y calidad humana.
- Experiencia de 1 año en elaboración de derivados de frutas.

## **Bodeguero**

### **Función Básica:**

Es el encargado de almacenar, organizar y conservar los bienes que se le entreguen, bajo custodia, administración y absoluta responsabilidad de su parte, llevando registros de inventarios con lo que se cuente en la bodega. También se encarga de revisar que los productos que vienen del área de producción no estén en mal estado

### **Función específica:**

- Organizar los pedidos del día.
- Contar con un correcto orden de la bodega.
- Conocer sobre los tipos de movimientos de los insumos embodegados.
- Velar porque no haya roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes.
- Verificación de los insumos trasladados de bodega central a bodega interna de la empresa.
- Recolección y revisión de firmas de las guías de salida de los responsables de cada área de trabajo.
- Mantener limpia el área de bodega.

### **Perfil del cargo:**

- Ser bachiller o estar cursando niveles universitarios.
- Alta responsabilidad y autodisciplina.
- Honestidad y calidad humana.
- Tener conocimientos en control de inventario
- Manejo de herramientas office.
- Trabajar bajo presión

- Experiencia de 1 año en cargos a fines.

### **Chofer**

#### **Función básica:**

Es el encargado de transportar y distribuir los productos de una manera prudente para que estos lleguen en un buen estado a las manos de nuestros clientes.

#### **Función Específica:**

- Se encarga de trasladar la materia prima desde los proveedores hacia la empresa.
- Estar atento a cualquier actividad que la empresa necesite.
- Transporta el producto terminado hacia cualquiera de los puntos de venta.
- Brinda el servicio de mensajería.

#### **Perfil del cargo:**

- Edad: de 23 a 35 años.
- Género: Masculino.
- Ser bachiller.
- Tener licencia profesional.
- Experiencia mínima de 1 año.

### **Responsable del departamento de Marketing y ventas**

#### **Función Básica:**

Desempeña funciones orientadas al análisis y comprensión del mercado donde se dinamice la empresa, identificando las necesidades del cliente, desarrollando así una demanda de los productos de la empresa.

#### **Función específica:**

- Realizar publicidad y promoción de ventas.

- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas
- Reportar las ventas realizadas en el día al gerente.
- Entregar cotizaciones al cliente que los solicito.
- Incrementar el nivel de ventas de la empresa.

**Perfil del cargo:**

- Edad: de 25 a 45 años.
- Género: Indistinto.
- Tener título universitario en ingeniería comercial, marketing, CPA, o carreras afines.
- Experiencia: mínima de 3 años en cargos a fines.

**Vendedor**

**Función Básica:**

Es el responsable de dar a conocer el producto a los clientes de la empresa.

**Función específica:**

- Brindar información sobre los productos que elabora la empresa.
- Vender los productos de la empresa.
- Dar un servicio eficiente al cliente.
- Prestar atención a la solicitud de los clientes.
- Dar a conocer a los clientes información sobre promociones o descuentos.

**Perfil del cargo:**

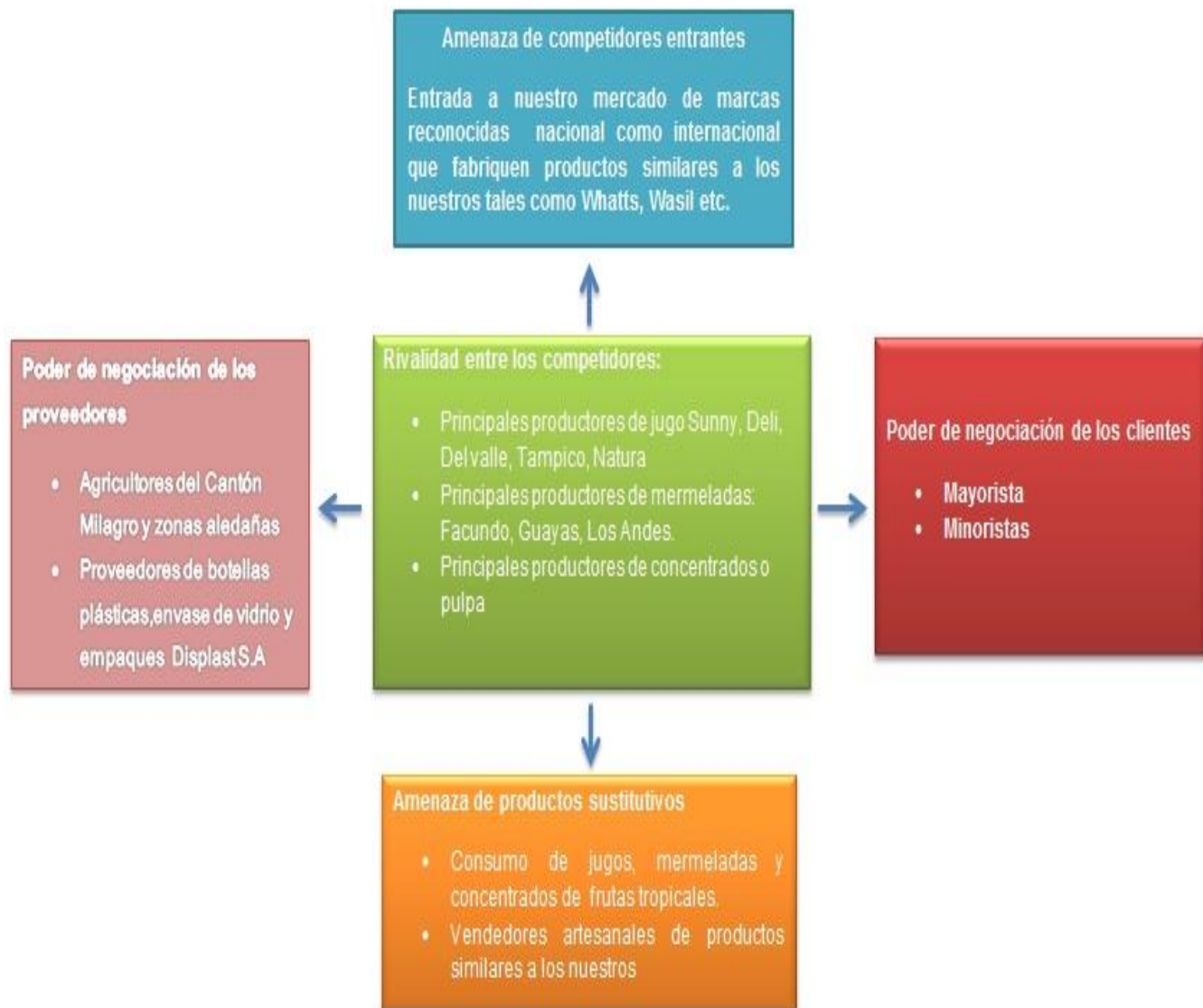
- Ser bachiller o estar cursando niveles universitarios.
- Experiencia mínima de un año como vendedor.
- Facilidad de expresión oral.

- Excelente calidad humana

### 5.6.5. Análisis de mercado.

#### Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

Gráfico 31. Fuerzas de Porter



**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután



### **Poder de negociación de los clientes**

Con respecto a los clientes ellos tienen la posibilidad de mandar en el mercado ya que ellos determinan la demanda del producto tomando en cuenta el sabor la calidad y el precio del producto .Si nuestro producto satisface todas las exigencias del consumidor va a tener una gran demanda por parte de ellos.

Nuestro producto va a estar distribuido de la siguiente manera. A los comerciantes mayoristas tales como Devies, Tía, Aki. También entregaremos nuestros productos a comerciantes minoristas tales como tiendas, Mini Market del Cantón Milagro y Cantones aledaños.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Debido a la gran cantidad de proveedores existentes dedicados a esta actividad tenemos cierto grado de ventaja, ya que no dependemos de solo un proveedor que nos facilite la materia prima materiales e insumos, en gran medida tenemos un enorme beneficio ya que podemos negociar y sacar con menor precio y de mejor calidad nuestros clientes

### **Amenaza de competidores entrantes**

La entrada de una marca reconocida internacionalmente que fabrique productos similares a los nuestros. Estos tienen la experiencia y la tecnología necesaria para fabricar productos de calidad y a un bajo costo para el consumidor por lo tanto nuestra empresa cuenta con una gran amenaza de nuevos competidores

### **Amenaza de productos sustitutos**

Las principales amenazas con la que se enfrenta nuestra compañía son con las marcas tales como: Facundo, Gustadina, Del Valle, Tampico, Sunny que fabrican productos similares a los nuestro pero con diferentes tipos de frutas tropicales como son:

- Naranja
- Mango
- Sandia

- Guayaba
- Papaya

### Rivalidad entre los competidores

En el cantón Milagro donde estará ubicada nuestra industria procesadora de piña tendremos la competencia de empresas que se dediquen a la venta de jugos, mermeladas y concentrados de otras frutas como es el caso de mermeladas guayas, Tampico, Del Valle entre otros así como también los comerciantes artesanales.

#### 5.6.5.1 Análisis del FODA

**Cuadro 32.** Análisis FODA

Fortaleza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación de la fábrica cerca de la materia prima</li> <li>• Adaptación a cambios tecnológicos</li> <li>• Excelente calidad</li> </ul>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gustos de los consumidores por esta fruta</li> <li>• Créditos otorgados por el estado</li> <li>• Alianza estratégica con empresas del medio que comercializan este producto</li> </ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser nuevos y no tener experiencia en el mercado</li> <li>• Bajo nivel de capacitación del personal</li> <li>• Bajo conocimiento de logística y abastecimiento</li> </ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos sustitutos</li> <li>• Incremento del precio de los insumos</li> <li>• Desastres natural</li> </ul>

**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután

**Cuadro 33. Matriz FOFADODA**

		<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidades</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ubicación de la fábrica cerca de la materia prima</li> <li>Adaptación a cambios tecnológicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ser nuevos y no tener experiencia en el mercado</li> <li>Bajo nivel de capacitación del personal</li> <li>Bajo conocimiento de logística y abastecimiento</li> </ul>
	<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Excelente calidad</li> </ul>	
<b>Oportunidades</b>		<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gustos de los consumidores por esta fruta</li> <li>Créditos otorgados por el estado</li> <li>Alianza estratégica con empresas del medio que comercializan este producto</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovechar la cercanía de la planta hacia la materia prima para estar siempre abastecidos y poder producir todo el año productos que satisfagan a los consumidores.</li> <li>Utilizar los créditos otorgados por el estado para que la empresa cuente con tecnología de punta</li> <li>Aprovechar la calidad de nuestro productos para realizar alianzas en las cuales otras empresas distribuyan nuestro producto y lo den a conocer a los clientes y captar más mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovechar los gustos de los consumidores por esta fruta y así introducir más productos en el mercado y con ello ganar experiencia</li> <li>Aprovechar los créditos otorgados por el estado para con ello capacitar al personal</li> <li>Desarrollar estrategias con microempresas las cuales distribuyan nuestros productos y con ello ganar experiencia de logística y abastecimiento</li> </ul>
<b>Amenazas</b>		<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos sustitutos</li> <li>Incremento del precio de los insumos</li> <li>Desastres natural</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizar la ventaja de la cercanía de la materia prima para bajar costos y producir productos a un precio más bajo y con ello ganarle terreno a los productos sustitutos</li> <li>Abastecernos prontamente de materia prima y estar un paso adelante de cualquier fenómeno natural que pueda afectar al productor y perjudique nuestra producción</li> <li>Sacar ventaja de la calidad de nuestros productos para que cuando suba el precio de los insumos la empresa suba el precio del producto sin que ello afecte al nivel de unidades vendidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar promociones de nuestros productos y con ello atraer a los consumidores para así llevar un paso adelante que los productos sustitutos</li> <li>Aprovechar la tecnología de punta que posee la empresa para producir en masa y bajar los costos y que cuando suba el precio de los insumos estos no nos afecte</li> <li>Asegurar la empresa para que cuando ocurra algún tipo de desastre natural no nos afecte</li> </ul>

**Fuente:** Estudio de mercado.

**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután

### 5.6.5.2 Mercado

Debido a que un mercado se compone con diferentes tipos de personas que tienen deseos y gustos distintos es ideal para nosotros hacer una segmentación del mercado para conocer los gustos y preferencias de los consumidores a los cuales vamos a dirigir nuestros productos.

- El mercado lo hemos segmentado de la siguiente manera:
- Demográfica
- Geográfica
- Social

**Demográfica:** Nuestro producto va a estar dirigido a las familias que busquen consumir productos que sean favorables para su cuerpo y que mejore su calidad de vida mediante una alimentación saludable.

**Geografía** Nuestra industria va a estar ubicada en el país Ecuador provincia del guayas cantón Milagro y sus producto estarán dirigidos al mercado de la ciudad de Milagro y zonas aledañas.

**Social:** Nuestros productos están hechos para ser consumidos y que estén al alcance de todas las clases sociales

### 5.7 Descripción de la propuesta

#### LA EMPRESA.

Figura 17. Logo de la empresa



Elaborado por: Carlos Orna – Diego Dután

Nuestro logo representa la eficacia y eficiencia empresarial que tienen todos los empleados de la organización, además del compromiso con la comunidad de brindarles nuestro productos cumpliendo con rigurosos criterios medioambientales y en perfecto estado para el consumo. Como se puede observar, los colores de nuestro logo empresarial fueron escogidos puesto que son llamativos y en moda, además que son colores que la gente identifica como medioambientales.

**Slogan:** Natural & Nutritivo.

**Marketing Mix.**

**Cuadro 34.** Marketing Mix

Las "P" del marketing.	Descripción.
<b>Producto:</b>	Jugos. Mermeladas. Concentrados.
<b>Precio.</b>	Jugos. \$1,00 dólares. Mermeladas. \$1,50 dólares. Concentrados. \$2,00 dólares.
<b>Plaza.</b>	Comisariatos Minimarkets. Supermarkets.
<b>Promoción.</b>	Facebook-twitter, radio y tv, Afiches, hojas volantes y vía telefónica.

**Fuente:** Estudio de mercado.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután

**Producto:** Los productos que serán ofrecidos por nuestra empresa son jugos, mermeladas y concentrados, todos ellos derivados de la piña, los cuales poseen en sus diferentes envases un logo y eslogan llamativo debido a sus colores ecológicos que con seguridad diríamos que serían del agrado del consumidor.

Los datos a observarse en nuestros empaques son los siguientes:

- Listado de ingredientes con su respectiva información sobre las bondades y beneficios que contenga cada producto.
- Precio de venta al público (P.V.P).
- Fecha de elaboración y expiración del producto.
- Contenido neto de cada envase.
- Información nutricional del producto.

**Formato del envase de los productos.**

**Figura 18.** Etiqueta del envase de mermelada de piña.



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.



Figura 19. Etiqueta del envase del concentrado de piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.

Figura 20. Etiqueta del envase del jugo de piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.

**Precio:** El valor monetario asignado para cada producto que elabora nuestra empresa será asignado de la siguiente manera: Jugo de piña “piña-fresh” de 1 litro es de \$ 1.00 dólares, mermelada de piña “dulce milagro” de 300gr. \$ 1.50 dólares y concentrado de piña “Milagrato” de 600gr. \$ 2,00 todos estos precios son de análisis sobre la competencia y por precio de introducción al mercado local, logrando así tener una acogida rápida.

**Cuadro 35.** Tabla de precios

DETALLE	MAYORISTA	MINORISTA	PUBLICO
JUGO	1	1,2	1,50
MERMELADA	1,50	1,60	1,90
CONCENTARDO	2	2,10	2,25

Elaborado por: **Carlos Orna - Diego Dután.**

**Plaza:** Nuestros productos serán distribuidos en el Cantón Milagro y sus alrededores, dicho de otra forma en los puntos de venta más cercanos como son los diferentes supermercados tales como: Tía, Devies, Aki, Mi comisariato entre otros, tiendas y demás comerciales existentes, se optara también por hacer transacciones vía telefónica o red social, direcciones que otorgaríamos a los puntos de distribución, también se ha realizado un análisis sobre la viabilidad de tener nuestros productos a corto plazo en tiendas, minimarkets y demás puntos de gran afluencia de personas a diario.

**Publicidad o Promoción:** Para informar sobre nuestro producto y hacerlo conocer a la comunidad, realizaremos publicidad tanto en tv, cuñas radiales y en periódicos locales, a más de crear volantes y afiches para ser repartidos y pegados en diferentes puntos estratégicos de la ciudad, también se realizarían descuentos por monto del producto que nuestros clientes compren, y por último y de suma importancia es la realización de una campaña publicitaria vía redes sociales tales como Facebook y twitter, ya que estos medios son de mucha concurrencia por la sociedad en general.



### **Cuña radial de nuestro producto.**

Atención, escucha esto amigo si quieres empezar tu día con energía y positivismo empieza ya por ir a la tienda más cercana de tu barrio o a los diferentes supermercados, ve y disfruta de los productos de Milagreñita tomate un jugo piña fresh y siente esa frescura que rodea tu cuerpo, si quieres que venga a ti un milagrito pues fácil pídelo en tu tienda más cercana y degusta del delicioso concentrado de piña “milagrito” y aún hay más si quieres endulzar tu vida y contagiar de dulzura a los demás pues fácil hazlo acompañado de mermeladas “Dulce Milagro” , pilas ven pide y disfruta de nuestros productos de “Milagreñita”

### **Modelo de las volantes y afiches.**

**Figura 21.** Afiche de Jugo de Piña



Elaborado por: **Carlos Orna - Diego Dután.**

Página oficial en facebook.

Figura 22. Página Facebook Jugo de piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.

Figura 23. Afiche de Jugo de Piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.

## Página oficial en Twitter

Figura 24. Página Oficial en Twitter Concentrado de piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután.

Figura 25. Afiche de Mermelada de Piña



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután

### **5.7.1 Actividades**

#### **Especificaciones del proyecto**

##### **Localización y tamaño del proyecto**

La planta productora de derivados de piña (jugos, mermeladas y concentrados) estar ubicada en el Cantón Milagro y contara con 15 personas que estarán distribuidos desacuerdo a su área de conocimiento.

##### **Capacidad**

La fábrica está equipada para producir hasta 50000 unidades de cada producto mensuales pero debido a que somos nuevos en el mercado estamos trabajando a un 75% de su capacidad

##### **Financiamiento**

El financiamiento para implementar la planta procesadora de derivados de piña se lo obtendrá de la Corporación Financiera Nacional (CFN)

Se ha optado por esta opción debido a las facilidades de crédito en esta institución

Para poder acceder al crédito se debe cumplir con los siguientes requisitos

- Título de propiedad de las garantías reales que se ofrecen
- Carta de pago de impuestos
- Permiso de funcionamiento y de constitución cuando proceda
- Planos aprobados de construcción en el caso de obras civiles
- Proforma de la maquinaria a adquirir
- Proforma de la materia prima e insumos a adquirir

##### **Distribución de la planta**

Para que la planta procesadora de piña entre en funcionamiento necesita de materiales e equipos.

Continuación detallaremos los materiales y equipos necesarios

**Cuadro 36.** Materiales y equipos necesarios para la empresa

<b>PROCESADORA DE PIÑA "LA MILAGREÑITA"</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
1	Escritorio Gerencial	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Silla gerencial	\$ 65,00	\$ 65,00
4	Escritorio simple	\$ 320,00	\$ 1.280,00
4	Silla simple	\$ 65,00	\$ 260,00
1	Mueble de espera	\$ 100,00	\$ 100,00
5	Archivadores	\$ 120,00	\$ 600,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 2.755,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
3	AIRE ACONDICIONADO	1.200,00	\$ 3.600,00
2	DISPENSADOR DE AGUA	90,00	\$ 180,00
6	TELEFONO CON LINEA	120,00	\$ 720,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 4.500,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
5	Computadora	500,00	\$ 2.500,00
3	Impresora multifuncional	120,00	\$ 360,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 2.860,00</b>
<b>EDIFICIO</b>			
1	Planta procesadora	\$ 97.000,00	\$ 97.000,00
<b>TOTAL EDIFICIO</b>			<b>\$ 97.000,00</b>
<b>VEHICULO</b>			
2	Cronox (equipo de refrigeracion)	53.000,00	\$ 106.000,00
1	Montacarga	32.000,00	\$ 32.000,00
<b>TOTAL VEHICULO</b>			<b>\$ 138.000,00</b>
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
1	Tina	373,00	\$ 373,00
1	Lavadero	400,00	\$ 400,00
2	Mesa	800,00	\$ 1.600,00
1	Peladora	5.000,00	\$ 5.000,00
1	Licuadaora	7.000,00	\$ 7.000,00
1	Marmita	12.000,00	\$ 12.000,00
1	Empacadora y selladora automatica	10.000,00	\$ 10.000,00
1	Equipo de refrigeracion	28.000,00	\$ 28.000,00
1	Balanza electronica industrial	180,00	\$ 180,00
1	Ph-metro	180,00	\$ 180,00
1	Refractometro de alta lectura	300,00	\$ 300,00
1	Refractometro de baja lectura	289,00	\$ 289,00
1	Medidor de cloro	120,00	\$ 120,00
1	Termometro digital	590,00	\$ 590,00
1	Pipeta de 25ml.	45,00	\$ 45,00
1	Beaker de 50 ml.	8,00	\$ 8,00
5	Cuchillos	5,00	\$ 25,00
4	Tinas plasticas de 70 lts.	9,00	\$ 36,00
4	Cepillos de lavados	3,00	\$ 12,00
1	BOMBA 5 HP DE 3,75 KW	1.300,00	\$ 1.300,00
<b>TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 67.458,00</b>
<b>TERRENO</b>			
1	TERRENO	68.000,00	\$ 68.000,00
<b>TOTAL TERRENO</b>			<b>\$ 68.000,00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 380.573,00</b>

Fuente: Estudio de mercado.}

Autores: Carlos Orna – Diego Dután

## **Diagrama de distribución de la planta**

### **Área de administración**

En este lugar se encuentra todo el personal ejecutivo de la empresa como el Gerente general el lugar es amplio para la comodidad del personal que labora y cuenta con todos los servicios básicos

### **Área de reuniones**

En este lugar es donde se reúne todo el personal administrativo de la empresa es donde se discuten asuntos tales como: número de ventas en el mes, nivel de producción de la planta, estados de los balances financieros entre otros.

### **Área de zona verde**

Esta área es esencial en toda fábrica ya que le brinda a los empleados un espacio en el cual puedan disfrutar de su tiempo de almuerzo y respirar aire puro.

### **Área de accesibilidad de vehículos**

Esta zona es amplia para que los camiones puedan circular sin ningún inconveniente.

### **Área de descarga de materia prima**

En esta zona llega y se descarga la materia prima provenientes de los productores para con ellos sacar los derivados de la piña.

### **Área de almacenamiento de la materia prima**

En la zona de almacenamiento es donde se guarda la materia prima en este sitio la materia prima permanece en un ambiente en donde se mantiene fresca. Para cuando se requiera de ella se pueda sacar un producto de calidad,

### **Área de calidad**

Aquí se verifica la materia prima para ver que no tenga ningún tipo de anomalías tales como: manchas por plagas, alto grado de madurez, a magulladuras entre otras.

### **Área de residuos de materia prima**

En este lugar es donde se pone todos los residuos de la materia prima tales como: cascara, piñas en mal estado, brotes de la piña para luego ser evacuadas de la fábrica.

### **Área de producción**

Este lugar esta adecuado con maquinarias y equipos para procesar la materia prima para obtener productos terminados

### **Área de almacén de producto terminado**

Aquí es donde se guardan todos los productos ya terminados este lugar esta adecuado para que el producto no se dañe.

### **Área de carga del producto terminado**

Aquí es donde se carga el producto para luego ser distribuidos a nuestros clientes.

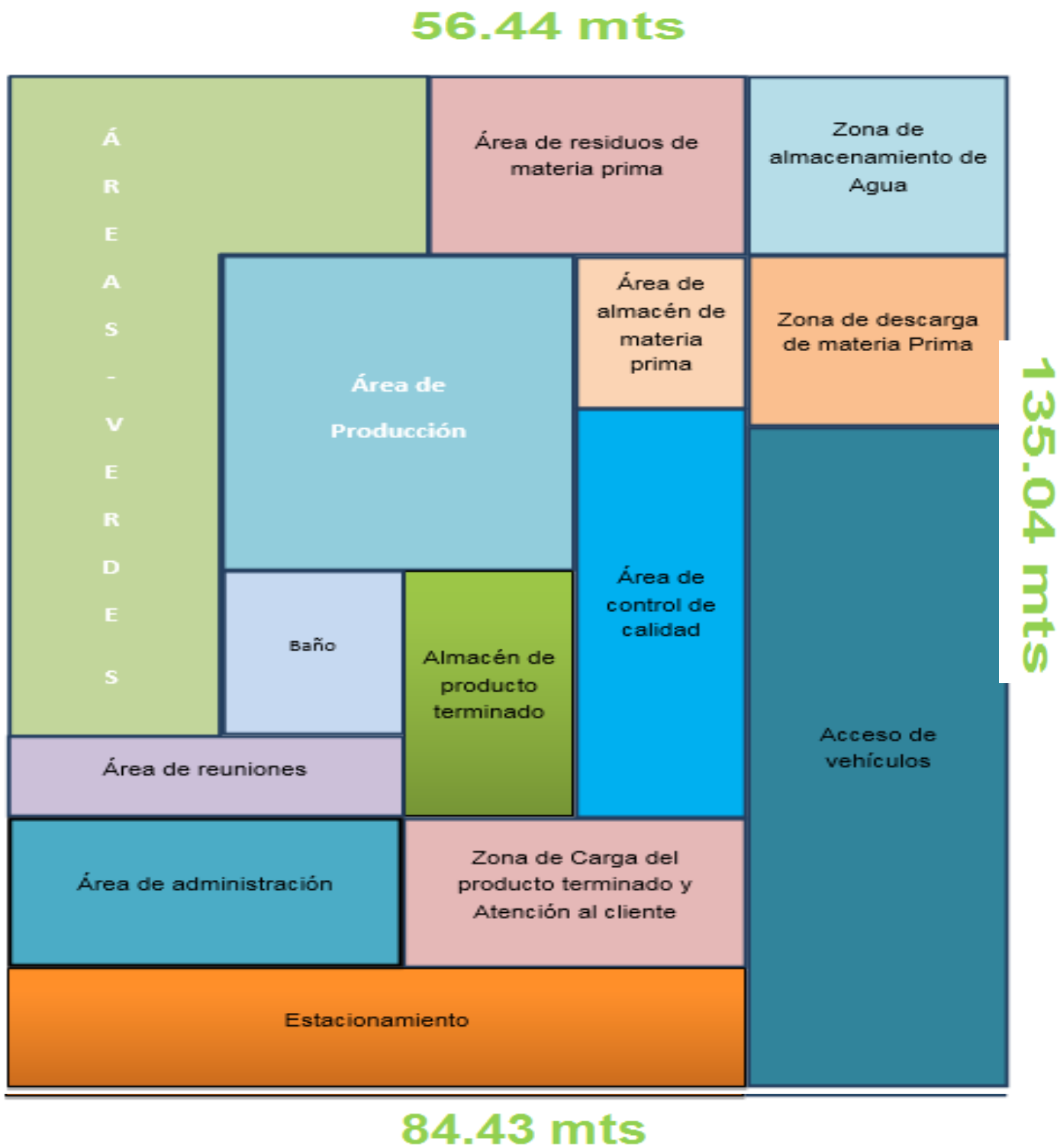
### **Área de estacionamiento**

Esta adecuado para estacionar los carros del personal que labora en la empresa, para clientes y proveedores que visiten la fabrica

### **Área de almacenamiento de agua y combustible**

Es el lugar donde se encuentran las cisternas para guardar el agua ya que si existe algún inconveniente con el servicio de agua potable la empresa puede utilizar esta agua hasta que pase el problema.

Grafico 32. Planos de la Empresa



Elaborado por: Carlos Orna - Diego Dután



## Procesos

### Proceso de la elaboración de jugo de piña

El proceso para obtener el jugo de piña “piña fresh”, se basa a partir de una trituration de trozos de fruta, posteriormente llega la clasificación o selección de las partes sólidas mediante un método de filtración adecuado. Seguido de una pasteurización y posterior empackado para prolongar su vida útil y como última etapa llega la introducción de preservantes y posterior refrigeración para así evitar la descomposición del producto. Por ninguna razón este debe salir al mercado si está fermentado y no debe diluirse con agua. El empaque puede ser plástico, lata con recubrimiento para protegerlo de la acidez, laminado (plástico, cartón y metal) y otros. El pH de este producto debe controlarse para que sea agradable para el consumo humano, por lo general a nivel de proceso deben hacerse mezclas de diferentes jugos según la variación del pH de los mismos, para obtener un producto de buena calidad.

**Grafico 33.** Proceso de Jugo de Piña



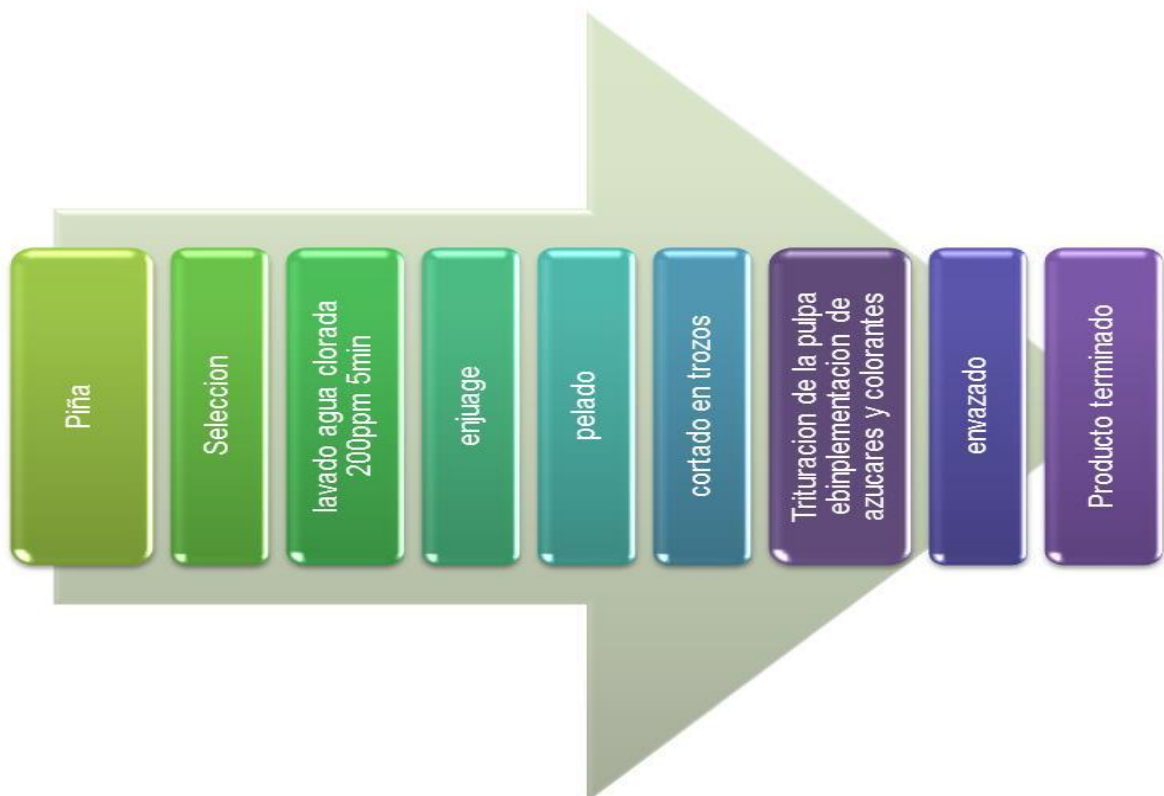
**Elaborado por:** Carlos Orna - Diego Dután

## Proceso de mermelada de Piña

Nuestro producto mermeladas “dulce milagro” se encuentra en el grupo de conservas de frutas las cuales se definen como un producto semisólido preparado a partir de la mezcla de 45 partes de frutas lista para procesar con 55 partes de azúcar.

Esta mezcla debe ser cocinada hasta que llegue a un contenido final de sólidos que puede ir de 65 a 68%. La consistencia final es semifluida y no de gel como la jalea. Por su alto contenido de azúcar y el llenado en caliente, este tipo de producto tiene una vida útil relativamente alta. Su estabilidad se mantiene usando un empaque adecuado y manteniéndolo en refrigeración una vez abierto. Para asegurar que se podrá conservar bien se pueden añadir aditivos químicos como perseverantes, principalmente para combatir hongos.

**Grafico 34.** Proceso de Mermelada de piña



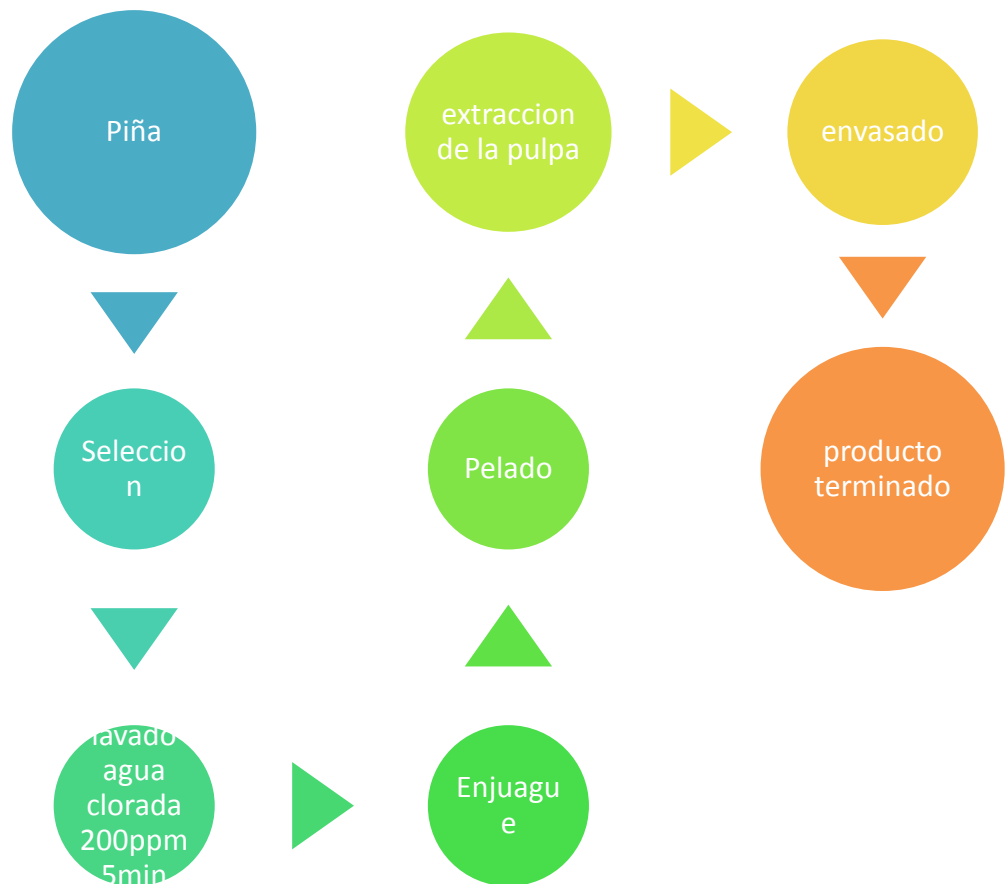
**Elaborado por:** Carlos Orna - Diego Dután

## Proceso del concentrado de piña

Nuestro producto concentrado de piña “milagrito” se obtiene de aplicar calor a la pulpa y eliminar como mínimo el 50% del agua inicial.

Los procesos de concentrado y congelación se aplican para conservar el producto por períodos muy largos de tiempo. Este producto es estable sin uso de aditivos químicos, siempre y cuando se mantenga la cadena de frío. Cuando ésta pulpa es reconstituida (adición de agua según proporción eliminada) deben presentarse las mismas características de la pulpa original.

**Gráfico 35.** Proceso de Concentrado de piña



**Elaborado por:** Carlos Orna - Diego Dután.

## 5.7.2 Recursos análisis financiero

### Inversión inicial

Aquí se detalla la inversión que la planta procesadora de piña necesita para comenzar sus operaciones donde se detalla los equipos que necesita la empresa tales como equipo de computación, equipo de oficina así como también el terreno, vehículo y maquinarias etc.

A continuación describiremos cada uno de las inversiones que hizo la empresa

**CUADRO 37.** Inversión del Proyecto

<b>INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	
Terreno (2 Hectareas)	\$ 68.000,00
Muebles y Enseres	\$ 2.755,00
Equipo de Oficina	\$ 4.500,00
Equipo de Computo	\$ 2.860,00
Edificio	\$ 97.000,00
Vehiculo	\$ 138.000,00
Maquinarias y equipos	\$ 67.458,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 380.573,00</b>
Constitucion	\$ 5.000,00
Capital de trabajo	\$ 91.771,47
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>472.344,47</b>

**Fuente:** Investigación financiera.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

### Financiamiento del proyecto

El financiamiento de nuestro proyecto será 70% a través de una institución financiera que en este caso será la CFN quienes nos cobrarán una tasa de interés anual del 14% a un periodo de 10 años y el 30% por aporte propio.

**CUADRO 38.** Financiación del Proyecto

<b>FINANCIACIÓN DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>472.344,47</b>
Financiado	70%	330.641,13
Aporte Propio	30%	141.703,34
<b>TOTAL</b>		<b>472.344,47</b>

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRÉSTAMO	14%	0,14
		<b>0,14</b>

<b>PRÉSTAMO</b>		
Préstamo	330.641,13	46.289,76

**Fuente:** Investigación financiera.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

### **Estado de pérdidas y ganancia**

El estado de pérdidas y ganancias es muy importante ya que este nos muestra el desempeño operativo de la fábrica procesadora de piña y al final del periodo contable podemos darnos cuenta si hemos ganado o perdido.

En el estado financiero de la fábrica Milagreñita notamos que pese al endeudamiento financiero que requeríamos para poder hacer la inversión tenemos una utilidad neta aceptable para el proyecto.

### CUADRO 39. Estado de Pérdidas y Ganancias

Procesadora de piña "La Milagreña"							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VENTAS	540.000,00	594.000,00	653.400,00	718.740,00	790.614,00	3.296.754,00
(-)	COSTO DE VENTAS	205.517,29	213.392,12	219.773,48	225.669,27	232.418,95	1.096.771,12
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>334.482,71</b>	<b>380.607,88</b>	<b>433.626,52</b>	<b>493.070,73</b>	<b>558.195,05</b>	<b>2.199.982,88</b>
	COSTOS INDIRECTOS	8.070,00	8.312,10	8.561,46	8.818,31	9.082,86	42.844,73
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>326.412,71</b>	<b>372.295,78</b>	<b>425.065,05</b>	<b>484.252,42</b>	<b>549.112,19</b>	<b>2.157.138,15</b>
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	150.447,17	158.641,29	162.103,18	162.776,68	166.390,94	800.359,26
(-)	GASTOS FINANCIEROS	45.267,79	42.827,97	40.023,77	36.800,79	33.096,49	198.016,81
	<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>130.697,74</b>	<b>170.826,52</b>	<b>222.938,11</b>	<b>284.674,94</b>	<b>349.624,76</b>	<b>1.158.762,08</b>
	PARTICIPACION EMPLEADOS	19.604,66	25.623,98	33.440,72	42.701,24	52.443,71	173.814,31
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>111.093,08</b>	<b>145.202,54</b>	<b>189.497,39</b>	<b>241.973,70</b>	<b>297.181,05</b>	<b>984.947,77</b>
	IMPUESTO RENTA	24.440,48	33.396,59	43.584,40	55.653,95	68.351,64	226.537,99
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>86.652,60</b>	<b>111.805,96</b>	<b>145.912,99</b>	<b>186.319,75</b>	<b>228.829,41</b>	<b>758.409,78</b>

Fuente: Investigación financiera.  
Autores: Carlos Orna – Diego Dután.

### Cuadro 40. Balance General

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	\$ 91.771,47	236.197,14	383.986,63	566.000,08	787.460,24	1.048.705,15
INVENTARIO		10.800,00	11.880,00	13.068,00	14.374,80	15.812,28
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 91.771,47</b>	<b>246.997,14</b>	<b>395.866,63</b>	<b>579.068,08</b>	<b>801.835,04</b>	<b>1.064.517,43</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Activos Fijos	\$ 380.573,00	\$ 312.573,00	\$ 312.573,00	\$ 312.573,00	\$ 312.573,00	\$ 312.573,00
Depreciacion acumulada		\$ 40.865,10	\$ 81.730,20	\$ 122.595,30	\$ 162.516,60	\$ 202.437,90
Terreno		\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 380.573,00</b>	<b>271.707,90</b>	<b>230.842,80</b>	<b>189.977,70</b>	<b>150.056,40</b>	<b>110.135,10</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 472.344,47</b>	<b>586.705,04</b>	<b>694.709,43</b>	<b>837.045,78</b>	<b>1.019.891,44</b>	<b>1.242.652,53</b>
<b>PASIVO</b>						
PRÉSTAMO	\$ 330.641,13	314.303,96	295.526,96	273.945,77	249.141,60	\$ 220.633,12
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR		19.604,66	25.623,98	33.440,72	42.701,242	\$ 52.443,71
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		24.440,48	33.396,59	43.584,40	55.653,952	\$ 68.351,64
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 330.641,13</b>	<b>358.349,10</b>	<b>354.547,52</b>	<b>350.970,88</b>	<b>347.496,793</b>	<b>341.428,479</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	\$ 141.703,34	141.703,34	141.703,34	141.703,34	141.703,34	141.703,34
UTILIDAD DEL EJERCICIO		86.652,60	111.805,96	145.912,99	186.319,75	\$ 228.829,41
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES		-	86.652,60	198.458,56	344.371,55	530.691,30
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 141.703,34</b>	<b>228.355,94</b>	<b>340.161,90</b>	<b>486.074,89</b>	<b>672.394,64</b>	<b>901.224,05</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 472.344,47</b>	<b>586.705,04</b>	<b>694.709,43</b>	<b>837.045,78</b>	<b>1.019.891,44</b>	<b>1.242.652,53</b>

Fuente: Investigación financiera.  
Autores: Carlos Orna – Diego Dután.

## Flujo de caja

Nos muestra el movimiento de efectivo de la empresa con la cual puede responder ante cualquier imprevisto además también se encuentran detallados los ingresos y los egresos de la fábrica procesadora de piña, es muy importante cumplir con las ventas proyectadas ya que de eso depende la rentabilidad del proyecto.

**Cuadro 41.** Flujo de caja

<b>PROCESADORA DE PIÑA "LA MILAGREÑITA"</b>							
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>							
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	-	540.000,00	594.000,00	653.400,00	718.740,00	790.614,00	3.296.754,00
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>540.000,00</b>	<b>594.000,00</b>	<b>653.400,00</b>	<b>718.740,00</b>	<b>790.614,00</b>	<b>3.296.754,00</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSIÓN INICIAL	472.344,47	-	-	-	-	-	-
COSTO DIRECTO	-	205.517,29	213.392,12	219.773,48	225.669,27	232.418,95	-
COSTO DIRECTO		8.070,00	8.312,10	8.561,46	8.818,31	9.082,86	
GASTO DE VENTAS	-	7.400,00	7.622,00	7.850,66	8.086,18	8.328,77	39.287,60
GASTO ADMINISTRATIVO( EXCEPTO DEPREC)	-	102.182,07	110.154,19	113.387,42	114.769,20	118.140,88	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	19.604,66	25.623,98	33.440,72	42.701,24	121.370,60
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	24.440,48	33.396,59	43.584,40	55.653,95	157.075,41
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>472.344,47</b>	<b>323.169,36</b>	<b>383.525,55</b>	<b>408.593,59</b>	<b>434.368,08</b>	<b>466.326,64</b>	<b>2.015.983,22</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-472.344,47</b>	<b>216.830,64</b>	<b>210.474,45</b>	<b>244.806,41</b>	<b>284.371,92</b>	<b>324.287,36</b>	<b>1.280.770,78</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
PRÉSTAMO BANCARIO	330.641,13	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>330.641,13</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL	-	16.337,17	18.777,00	21.581,19	24.804,17	28.508,47	110.008,00
PAGO DE INTERESES	-	45.267,79	42.827,97	40.023,77	36.800,79	33.096,49	198.016,81
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>61.604,96</b>	<b>61.604,96</b>	<b>61.604,96</b>	<b>61.604,96</b>	<b>61.604,96</b>	<b>308.024,81</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>330.641,13</b>	<b>-61.604,96</b>	<b>-61.604,96</b>	<b>-61.604,96</b>	<b>-61.604,96</b>	<b>-61.604,96</b>	<b>-308.024,81</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-141.703,34</b>	<b>155.225,67</b>	<b>148.869,49</b>	<b>183.201,45</b>	<b>222.766,96</b>	<b>262.682,39</b>	<b>972.745,96</b>
SALDO INICIAL	-	\$ 91.771,47	246.997,14	395.866,63	579.068,08	801.835,04	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>246.997,14</b>	<b>395.866,63</b>	<b>579.068,08</b>	<b>801.835,04</b>	<b>1.064.517,43</b>	
		236.197,14	383.986,63	566.000,08	787.460,24	1.048.705,15	

**Fuente:** Investigación financiera.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

**Cuadro 42. Índices financieros**

PROCESADORA DE PIÑA "LA MILAGREÑITA"								
ÍNDICES FINANCIEROS								
DETALLE	FORMULA	VECES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDICE DE LIQUIDEZ								
ACTIVO CORRIENTE				\$ 246.997,14	\$ 395.866,63	\$ 579.068,08	\$ 801.835,04	\$ 1.064.517,43
PASIVO CORRIENTE				\$ 358.349,10	\$ 354.547,52	\$ 350.970,88	\$ 347.496,79	\$ 341.428,48
<b>RAZON CIRCULANTE</b>	<b>AC/PC</b>	<b>VECES</b>		<b>\$ 0,69</b>	<b>\$ 1,12</b>	<b>\$ 1,65</b>	<b>\$ 2,31</b>	<b>\$ 3,12</b>
TOTAL PASIVO			\$ 330.641,13	\$ 358.349,10	\$ 354.547,52	\$ 350.970,88	\$ 347.496,79	\$ 341.428,48
TOTAL ACTIVO			\$ 472.344,47	\$ 586.705,04	\$ 694.709,43	\$ 837.045,78	\$ 1.019.891,44	\$ 1.242.652,53
<b>RATIO DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>PT/AT</b>	<b>%</b>	<b>70%</b>	<b>61%</b>	<b>51%</b>	<b>42%</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO E INTERES				\$ 130.697,74	\$ 170.826,52	\$ 222.938,11	\$ 284.674,94	\$ 349.624,76
GASTOS FINANCIEROS				\$ 45.267,79	\$ 42.827,97	\$ 40.023,77	\$ 36.800,79	\$ 33.096,49
<b>CAPACIDAD DE PAGO DE INTERES</b>	<b>UT/GF</b>	<b>VECES</b>		<b>\$ 2,89</b>	<b>\$ 3,99</b>	<b>\$ 5,57</b>	<b>\$ 7,74</b>	<b>\$ 10,56</b>
VENTAS				\$ 540.000,00	\$ 594.000,00	\$ 653.400,00	\$ 718.740,00	\$ 790.614,00
ACTIVOS FIJOS TOTALES				\$ 271.707,90	\$ 230.842,80	\$ 189.977,70	\$ 150.056,40	\$ 110.135,10
<b>ROTACION DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VE/AT</b>	<b>VECES</b>		<b>\$ 1,99</b>	<b>\$ 2,57</b>	<b>\$ 3,44</b>	<b>\$ 4,79</b>	<b>\$ 7,18</b>
UTILIDAD NETA				\$ 86.652,60	\$ 111.805,96	\$ 145.912,99	\$ 186.319,75	\$ 228.829,41
ACTIVOS TOTALES				\$ 586.705,04	\$ 694.709,43	\$ 837.045,78	\$ 1.019.891,44	\$ 1.242.652,53
<b>RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS</b>	<b>UT/AT</b>	<b>%</b>		<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
UTILIDAD NETA				\$ 86.652,60	\$ 111.805,96	\$ 145.912,99	\$ 186.319,75	\$ 228.829,41
PATRIMONIO				\$ 228.355,94	\$ 340.161,90	\$ 486.074,89	\$ 672.394,64	\$ 901.224,05
<b>RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO</b>	<b>UT/PAT</b>	<b>%</b>		<b>38%</b>	<b>33%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>25%</b>
UTILIDAD NETA				\$ 86.652,60	\$ 111.805,96	\$ 145.912,99	\$ 186.319,75	\$ 228.829,41
VENTAS NETAS				\$ 540.000,00	\$ 594.000,00	\$ 653.400,00	\$ 718.740,00	\$ 790.614,00
<b>RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS</b>	<b>UT/VN</b>			<b>16%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>

**Fuente:** Investigación financiera.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután.

### **Análisis de las razones financieras**

El análisis financiero es de gran importancia ya que nos sirve para evaluar el rendimiento de la empresa. La información básica para realizar los ratios financieros los obtendremos del balance general y del estado de resultados, el cálculo se realiza entre la relación de dos cantidades.



### **Razón circulante**

La razón circulante se obtiene de la división del activo circulante entre el pasivo circulante, esta razón nos sirve para medir la capacidad que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones en el corto plazo

La razón circulante de la planta procesadora de piña es de 69 lo que quiere decir que por cada dólar de deuda que posee la empresa contamos con 69 para cubrirla.

### **Razón de endeudamiento**

Mientras más alto es esta razón quiere decir que la empresa está utilizando mayor cantidad de dinero prestado para poder generar utilidades, esta mide la cantidad de activos totales financiados por los acreedores

La razón de endeudamiento de la procesadora de piña la Milagreñita es de 70%

### **Capacidad de pago de interés**

Esta razón mide la capacidad que tiene la empresa para responder al pago de los intereses es decir para cubrir la deuda que tiene con terceros, mientras mayor sea el porcentaje mejor para la empresa

La capacidad de pago de interés que tiene la empresa es de 2,89 esto quiere decir que la empresa cubre 2,89 veces cada dólar de interés que se genere por pagar.

### **Rotación de activos fijos**

Esta se obtiene de la división de las ventas entre los activos fijos totales, esta razón nos indica el rendimiento que se está obteniendo por ingresos generados por las actividades de producción de la empresa.

Nuestra empresa genera por cada dólar de activo fijo 1,99 dólares en ventas en el primer año.

### **Rentabilidad sobre la inversión**

Esta razón nos muestra la capacidad que tiene la administración para generar utilidades con sus activos disponibles Podemos decir que la empresa genera un 15% por cada unidad monetaria en activos.

### **Rendimiento sobre el patrimonio**

Esta razón nos indica el rendimiento que posee la empresa sobre el patrimonio. La empresa genera por cada unidad monetaria un rendimiento del 38% sobre el patrimonio, se entiende como la capacidad que tiene la empresa para generar utilidad para el propietario.

### **Rentabilidad sobre las ventas**

Esta razón calcula el porcentaje de cada dólar en ventas que nos queda después del pago de impuestos, gastos, intereses. Mientras mayor sea el porcentaje mejor para la empresa.

La empresa tiene una rentabilidad sobre las ventas del 16%.

### **5.7.3 Impacto**

Este proyecto tendrá un impacto social y cultural relevante ya que con la implementación de una planta procesadora de piña en el cantón Milagro se incentivaría a que los agricultores de este fruto incrementen la producción así como también brindaría a la población de Milagro nuevas plazas de empleo, trayendo como consecuencia una mejora en la calidad de vida tanto a los agricultores como a la ciudadanía Milagreña.

Además con este proyecto se lograría recuperar la identidad cultural del cantón Milagro conocida como la ciudad de las piñas que se lo ha ganado durante décadas de historia y que está a punto de perderse. También con ello contribuimos al lineamiento del estado del cambio de la matriz productiva.

## 5.7.4 Cronograma

**Cuadro 43.** Cronograma

	Actividad.	Tiempo/Mes.					
		Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Primera Etapa.	Investigación de mercado.	X					
	Financiamiento.	X					
	Localización del terreno y creación de la planta		X	X			
	Permisos de funcionamiento.				X		
	Localización de los proveedores.				X		
Segunda Etapa.	Compra de maquinarias y equipos para operar la planta					X	
	Contratación del personal.						X
	Lanzamiento publicitario.						X
	Creación del plan de ventas.						X

**Fuente:** Investigación financiera.  
**Autores:** Carlos Orna – Diego Dután

## 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Analizando los resultados de las encuestas se pudo notar que en el canto Milagro existe una carencia de empresas que se dedique a la industrialización de la piña y que para la ciudadanía milagreña es de mucho agrado este fruto y estarían dispuestos a consumirlos.

Se realizó los estudios necesarios para demostrar la factibilidad de implementación de una planta procesadora derivados de piña (jugos, mermeladas, concentrados) en el cantón Milagro.

Se analizó el mercado y se tomó en cuenta las ventajas y desventajas tanto internas como externas del sector al cual nos direccionamos.

Se tomó en cuenta la competencia y hemos decidido implementar esta fábrica debido a que tenemos una ventaja frente a la misma, ya que la materia prima esta posesionada en la mente del consumidor debido a que Milagro es conocida como la ciudad de las piñas.

## CONCLUSIONES

Una vez realizados los estudios pertinentes para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de nuestro proyecto concluimos diciendo que:

- En lo que a la parte financiera del proyecto respecta, decimos que es viable puesto que mediante los resultados obtenidos aducen que en el primer año vamos a tener una rentabilidad del 16% siendo para nosotros muy favorable
- El Cantón Milagro goza de muchos beneficios como son el clima y terrenos aptos para el sembrío de piña, la cual consta como la materia prima de nuestro proyecto, notándose así que existiría un normal abastecimiento durante todo el año y con suficiente producción para abastecer el mercado local.
- Una producción eficaz y eficiente es la que nuestra empresa propondría como base fundamental para de esta manera obtener productos de calidad y posteriormente ser vendidos a un mercado cada vez más exigente.
- Una minuciosa investigación es la que se realizó para lograr obtener una estratégica ubicación de nuestra empresa, debido a que se encuentra ubicada cerca del mercado mayorista del cantón milagro en donde llega toda la producción de piña de milagro y sus alrededores, por otro lado podemos decir también que las vías de acceso a la planta están pavimentadas lo que facilitaría la circulación de vehículos que transporten la materia prima además que cuenta con servicios básicos como agua luz y teléfono facilitando así la implementación de la fábrica.
- El cambio en la matriz productiva Ecuatoriana es una ventaja más que se nos presenta, debido a que tiene como finalidad apoyar y generar el desarrollo de nuevos y novedosos tipos de negocios como los nuestros y se centra en la diversificación de la producción.

## RECOMENDACIONES

- Es recomendable la formación de una empresa que se dedique a la elaboración de derivados de piña para lograr una mejoría en la calidad de vida de los Milagreños así como la del Ecuador, consiguiendo también invertir en las producciones de piña locales para facilitar la implementación de las normas de calidad, reduciendo los costos e incrementando las ventas de estos derivados en el mercado, esto les permitiría competir con los productos de otras compañías.
- Realizar estrategias frecuentemente mediante alianzas con los proveedores de la materia prima tanto local como nacional para lograr así un fortalecimiento de nuestra empresa.
- Lograr cubrir las necesidades de nuestros clientes aplicando estrategias de negocios como por ejemplo ofreciéndoles precios justos, servicios eficientes y de calidad para obtener renombre y diferencia de las demás empresas logrando fidelidad de su parte.
- Nuestro país se encuentra en una constante búsqueda de fuentes de empleo por ello hemos considerado la implementación de una fábrica que procese derivados de la piña, esto incidiría en la elevación de fuentes de trabajo y así elevar el nivel socioeconómico en nuestra ciudad innovando una fruta que es representativa en Milagro.
- Realizar programas de capacitación con nuestros proveedores de materia prima en lo que agricultura respecta especialmente con los sembríos de piña, obteniendo como resultado el compromiso mutuo tanto en el ámbito de calidad, transporte, precio y continuo abastecimiento.

## **Bibliografía**

- ALARCON FERRUZOLA Mabel, s. I. (2012). *Estudio de factibilidad para la implementacion de una fabrica dedicada a la elaboracion de jugos de piña que ayude a rescatar el cultivo de esta fruta en la zona de Milagro.*
- ARDURA, I. R. (2006). *Principios y estrategias de marketing.* en i. r. ardura, *principios y estrategias de marketing* (pág. 464). uoc.
- BARAJAS, G. (2009). *Las micro y pequeñas empresas mexicanas ante la crisis del paradigma económico.* En G. BARAJAS, *Las micro y pequeñas empresas mexicanas ante la crisis del paradigma económico.*
- BARRANTES, E. S. (1991). *Fruticultura especial: fruticultura ii, volumen 3.* En e. S. Barrantes, *fruticultura especial: fruticultura ii, volumen 3.* Euned.
- BATISTA, A. L. (s.f.). *La educación en valores desde la disciplina de marxismo-leninismo en la universidad cubana.* En a. L. Batista, *la educación en valores desde la disciplina de marxismo-leninismo en la universidad cubana.*
- BOLIVAR, M. (2011). "Cultivo de piña y el clima en el Ecuador". *El Agro.*
- CACERES, I. A. (1970-2008). "La teoría del acelerador: Análisis prospectivo en los factores determinantes en Panamá.
- CERNA, M. V. (2007). *La internalizacion de las pequeñas y medianas empresas.* Isbn.
- COMPAÑIAS, L. D. (1999).
- CORREA, J. E. (s.f.). *Influencia del Capital Humano Para La Competitividad de las Pymes en el Sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato.* En J. E. CORREA, *Influencia del Capital Humano Para La Competitividad de las Pymes en el Sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato.*
- DIONISIO, D. R. (2013). *Diccionario-glosario de metodologia de investigacion social.* En d. R. Dionisio, *diccionario-glosario de metodologia de investigacion social* (pág. 391). Euned.
- GARCIA, A. D. (s.f.). *Manual práctico de la producción de la riqueza.* En a. D. Garcia, *manual práctico de la producción de la riqueza.*
- HUMANOS, U. D.-P. (2002). *Teoria de la organizacion.*
- INVERSIONES, I. D. (2011). *Piña Reino Unido.*
- INVERSIONES, I. D. (Octubre 2011). *Prfil piña Ecuatoriana.*
- MAXIMO, B. (2012). *El cultivo de la piña y el clima en el ecuador.* *El agro.*

- Montt, R. A. (s.f.). *Diccionario basico tributario contable*. En r. A. Montt, *diccionario basico tributario contable*.
- Morales., J. P. (s.f.). *Suelo y agroquimica ii*. En j. P. Morales., *suelo y agroquimica ii*.
- MORENO, W. L. (s.f.). *Tesis doctorales de ciencias sociales libro:modelo para el tratamiento didáctico del concepto magnitud en el proceso de formación del profesional de la educación, especialidad ciencias exactas*. En W. L. MORENO, *Tesis doctorales de ciencias sociales libro:modelo para el tratamiento didáctico del concepto magnitud en el proceso de formación del profesional de la educación, especialidad ciencias exactas*.
- PATIÑO, V. M. (2002). *Historia y dispersion de los frutales nativos del neotropico*. En v. M. Patiño, *historia y dispersion de los frutales nativos del neotropico* (pág. 655). Ciat.
- PROEQUADOR. (2011). *Perfil de la piña ecuatoriana*.
- RAMIREZ, M. I. (2005). *Taller de lectura y redaccion volumen i*. En m. I. Ramirez, *taller de lectura y redaccion volumen i* (pág. 190). Pearson.
- Samaniego., J. D. (s.f.). *Administracion financiera ii*. En j. D. Samaniego., *administracion financiera ii*.
- TORRES, C. A. (2006). *Metodologia de la investigacion para la administracion economica, humanidades y ciencias sociales*. En c. A. Torres, *metodologia de la investigacion para la administracion economica, humanidades y ciencias sociales* (pág. 286).
- TRIBUTARIO, L. D. (2005).
- UQUILLAS, C. A. (s.f.). *El fracaso del neoliberalismo en el ecuador y alternativas frente a la crisis*.
- ZABALA, G. (s.f.). *Comercio internacional: importancia en el desarrollo económico" en Observatorio de la Economía Latinoamericana,*. En G. ZABALA, *Comercio internacional: importancia en el desarrollo económico" en Observatorio de la Economía Latinoamericana,*.

## **LINKOGRAFIAS**

- [anda.inec.gob.ec](http://anda.inec.gob.ec). (s.f.). [anda.inec.gob.ec](http://anda.inec.gob.ec). Recuperado el 19 de ENERO de 2014, de [anda.inec.gob.ec](http://anda.inec.gob.ec): [anda.inec.gob.ec](http://anda.inec.gob.ec)
- [cep.unep.org/](http://cep.unep.org/). (s.f.). [cep.unep.org/](http://cep.unep.org/). Obtenido de [cep.unep.org/](http://cep.unep.org/).
- ESPINOZA, I. A. (15 de ABRIL de 2008). [www.colbertgarcia.blogspot.com](http://www.colbertgarcia.blogspot.com). Obtenido de [www.colbertgarcia.blogspot.com](http://www.colbertgarcia.blogspot.com): [www.colbertgarcia.blogspot.com](http://www.colbertgarcia.blogspot.com)

FACUNDO. (2012). FACUNDO. Obtenido de FACUNDO: <http://www.facundo.es/>

HUERTO, D. (s.f.). DEL HUERTO. Obtenido de DEL HUERTO: <http://www.huertosa.com/>

MBA., E. L. (s.f.). [www.uisrael.edu.ec](http://www.uisrael.edu.ec). Obtenido de [www.uisrael.edu.ec](http://www.uisrael.edu.ec): [www.uisrael.edu.ec](http://www.uisrael.edu.ec)

MORA, K. L. (2003). Obtenido de [www.dspace.espol.edu.ec](http://www.dspace.espol.edu.ec)

NEGOCIOSFERCHO. (10 de AGOSTO de 2011). Negociosfercho. Obtenido de Negociosfercho: [www.negociosfercho.wordpress.com](http://www.negociosfercho.wordpress.com)

OSORIO, L. L. (2013). Boletín 49. Quito.

PEREZ, J. A. (11 de Marzo de 2011). [manuelgross.bligoo.com](http://manuelgross.bligoo.com). Obtenido de [manuelgross.bligoo.com](http://manuelgross.bligoo.com).

RODRIGUEZ, A. (2009). [www.oocities.org](http://www.oocities.org). Recuperado el 28 de enero de 2014, de [www.oocities.org](http://www.oocities.org): [www.oocities.org](http://www.oocities.org)

[poscoindicesdecosecha.blogspot.com](http://poscoindicesdecosecha.blogspot.com). (s.f.). [poscoindicesdecosecha.blogspot.com](http://poscoindicesdecosecha.blogspot.com). Recuperado el 19 de ENERO de 2014, de [poscoindicesdecosecha.blogspot.com](http://poscoindicesdecosecha.blogspot.com): [poscoindicesdecosecha.blogspot.com](http://poscoindicesdecosecha.blogspot.com)

tropicfruitstrading. (2011). [tropicfruitstrading](http://tropicfruitstrading.com). Obtenido de [tropicfruitstrading](http://tropicfruitstrading.com): <http://www.tropicfruitstrading.com>

WATTS. (s.f.). [www.watts.cl](http://www.watts.cl). Obtenido de [www.watts.cl](http://www.watts.cl): [www.watts.cl](http://www.watts.cl)

[www.activate.ec](http://www.activate.ec). (s.f.). [www.activate.ec](http://www.activate.ec). Recuperado el 20 de enero de 2014, de [www.activate.ec](http://www.activate.ec): [www.activate.ec](http://www.activate.ec)

[www.agrofuturocolombia.com](http://www.agrofuturocolombia.com). (s.f.). [www.agrofuturocolombia.com](http://www.agrofuturocolombia.com). Obtenido de [www.agrofuturocolombia.com](http://www.agrofuturocolombia.com).

[www.asical.org](http://www.asical.org). (s.f.). Obtenido de [www.asical.org](http://www.asical.org)

[www.atisae.com](http://www.atisae.com). (s.f.). [www.atisae.com](http://www.atisae.com). Obtenido de [www.atisae.com](http://www.atisae.com): [www.atisae.com](http://www.atisae.com)

[www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec). (s.f.). [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec). Recuperado el 20 de enero de 2014, de [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec): [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec)

[www.ceibal.edu](http://www.ceibal.edu). (s.f.). [www.ceibal.edu](http://www.ceibal.edu). Recuperado el 20 de enero de 2014, de [www.ceibal.edu](http://www.ceibal.edu): [www.ceibal.edu](http://www.ceibal.edu)

[www.cipotato.org](http://www.cipotato.org). (s.f.). [www.cipotato.org](http://www.cipotato.org). Recuperado el 20 de enero de 2014, de [www.cipotato.org](http://www.cipotato.org).



*www.clubensayos.com. (s.f.). Obtenido de www.clubensayos.com*

*www.conservasguayas.com. (s.f.). www.conservasguayas.com. Obtenido de  
www.conservasguayas.com: www.conservasguayas.com*

*www.consumer.es/. (s.f.). www.consumer.es/. Obtenido de www.consumer.es/:  
www.consumer.es/*

*www.contactopyme.gob. (s.f.). www.contactopyme.gob. Obtenido de  
www.contactopyme.gob.: www.contactopyme.gob.*

*www.crecenegocios.com. (s.f.). www.crecenegocios.com. Recuperado el 20 de  
enero de 2014, de www.crecenegocios.com.*

*www.cricyt.edu.ar/. (s.f.). www.cricyt.edu.ar/. Obtenido de www.cricyt.edu.ar/:  
www.cricyt.edu.ar/*

*www.degerencia.com. (s.f.). www.degerencia.com. Recuperado el 20 de ENERO de  
2014, de www.degerencia.com: www.degerencia.com*

*www.delfruit.com. (s.f.). www.delfruit.com. Obtenido de www.delfruit.com:  
www.delfruit.com*

*www.dgetp.edu.do. (s.f.). www.dgetp.edu.do. Recuperado el 20 de ENERO de 2014,  
de www.dgetp.edu.do: www.dgetp.edu.do*

*www.dimensionempresarial.com. (s.f.). Obtenido de www.dimensionempresarial.com*

*www.diwalcr.com. (s.f.). www.diwalcr.com. Obtenido de www.diwalcr.com.*

*www.e8dsoluciones.es. (s.f.). www.e8dsoluciones.es. Recuperado el 20 de ENERO  
de 2014, de www.e8dsoluciones.es: www.e8dsoluciones.es*

*www.eco-finanzas.com. (s.f.). www.eco-finanzas.com. Recuperado el 20 de ENERO  
de 2014, de www.eco-finanzas.com: www.eco-finanzas.com*

*www.economia.unam.mx. (s.f.). www.economia.unam.mx. Recuperado el 20 de  
ENERO de 2014, de www.economia.unam.mx: www.economia.unam.mx*

*www.economia48.com. (s.f.). www.economia48.com. Recuperado el 19 de Enero de  
2014, de www.economia48.com: www.economia48.com*

*www.e-conomic.es. (s.f.). www.e-conomic.es. Recuperado el 19 de Enero de 2014,  
de www.e-conomic.es: www.e-conomic.es*

*www.ecured.cu. (s.f.). www.ecured.cu. Recuperado el 20 de ENERO de 2014, de  
www.ecured.cu: www.ecured.cu*

*www.eiag.edu. (s.f.). www.eiag.edu. Recuperado el 20 de ENERO de 2014, de  
www.eiag.edu.: www.eiag.edu.*

*www.emprendepyme.net. (s.f.). Obtenido de www.emprendepyme.net*

*www.eoriente.com. (s.f.). www.eoriente.com. Obtenido de www.eoriente.com.*

*www.equiposylaboratorio.com. (s.f.). www.equiposylaboratorio.com. Recuperado el 20 de ENERO de 2014, de www.equiposylaboratorio.com: www.equiposylaboratorio.com*

*www.eumed.net. (s.f.). www.eumed.net. Recuperado el 19 de ENERO de 2014, de www.eumed.net: www.eumed.net*

*www.euroresidentes.com. (s.f.). www.euroresidentes.com. Recuperado el 20 de ENERO de 2014, de www.euroresidentes.com: www.euroresidentes.com*

*www.explorable.com. (s.f.). www.explorable.com. Obtenido de www.explorable.com.*

*www.fao.org. (2013). www.fao.org. Obtenido de www.fao.org: www.fao.org*

*www.fernandonegrete.files.wordpress.com. (s.f.).*

*www.inaes.gob. (s.f.). www.inaes.gob. Obtenido de www.inaes.gob: www.inaes.gob*

*www.iniap.gob.ec. (s.f.). www.iniap.gob.ec. Recuperado el 20 de enero de 2014, de www.iniap.gob.ec: www.iniap.gob.ec*

*www.matrizfoda.com. (s.f.). www.matrizfoda.com. En www.matrizfoda.com. www.matrizfoda.com.*

*www.mentepsicologia.blogspot.com. (s.f.). www.mentepsicologia.blogspot.com. Obtenido de www.mentepsicologia.blogspot.com: www.mentepsicologia.blogspot.com*

*www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com. (s.f.). www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com. Recuperado el 20 de enero de 2014, de www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com: www.nivelessocioeconomicos.blogspot.com*

*www.oficinascomerciales.es. (s.f.). www.oficinascomerciales.es. Obtenido de www.oficinascomerciales.es.*

*www.pineapplecr.com. (s.f.). www.pineapplecr.com. Obtenido de www.pineapplecr.com.*

*www.pomaceas.atalca.cl. (s.f.). www.pomaceas.atalca.cl. Recuperado el 20 de enero de 2014, de www.pomaceas.atalca.cl: www.pomaceas.atalca.cl*

*www.prepafacil.com. (s.f.). www.prepafacil.com. Recuperado el 27 de enerp de 2014, de www.prepafacil.com: www.prepafacil.com*

*www.regmurcia.com. (2013). www.regmurcia.com. Obtenido de www.regmurcia.com.*

*www.repositorio.unemi.edu.ec. (s.f.). www.repositorio.unemi.edu.ec. Obtenido de  
www.repositorio.unemi.edu.ec: www.repositorio.unemi.edu.ec*

*www.royaltyworkers.com/. (s.f.). www.royaltyworkers.com/. Recuperado el 20 de  
enero de 2014, de www.royaltyworkers.com/: www.royaltyworkers.com/*

*www.sanoynatural.cl. (s.f.). www.sanoynatural.cl. Obtenido de www.sanoynatural.cl:  
www.sanoynatural.cl*

*www.sites.google.com. (s.f.).*

*www.sites.google.com. (s.f.). www.sites.google.com. Obtenido de  
www.sites.google.com: www.sites.google.com*

*www.sites.google.com. (s.f.). www.sites.google.com. Obtenido de  
www.sites.google.com: www.sites.google.com*

*www.sweettropicalcr.com. (s.f.). www.sweettropicalcr.com. Obtenido de  
www.sweettropicalcr.com.*

*www.tecnologiaempaques.blogspot.com. (s.f.). Obtenido de  
www.tecnologiaempaques.blogspot.com. Obtenido de  
www.tecnologiaempaques.blogspot.com:  
www.tecnologiaempaques.blogspot.com*

*www.telegrafo.com.ec. (30 de Septiembre de 2013). www.telegrafo.com.ec.  
Obtenido de www.telegrafo.com.ec: www.telegrafo.com.ec*

*www.tropicfruitstrading.com. (s.f.). www.tropicfruitstrading.com. Obtenido de  
www.tropicfruitstrading.com.*

*www.uninet.edu. (s.f.). www.uninet.edu. Obtenido de www.uninet.edu:  
www.uninet.edu*

*www.virtual.unal.edu. (s.f.). Obtenido de www.virtual.unal.edu.*

*www.virtual.unal.edu.com. (s.f.). www.virtual.unal.edu.com. Recuperado el 20 de  
enero de 2014, de www.virtual.unal.edu.com: www.virtual.unal.edu.com*

*www.wagroindustriaperu.galeon.com/. (s.f.). www.wagroindustriaperu.galeon.com/.  
Obtenido de www.wagroindustriaperu.galeon.com/:  
www.wagroindustriaperu.galeon.com/*

*www.ubikate.gov.co. (s.f.). www.ubikate.gov.co. Recuperado el 20 de ENERO de  
2014, de www.ubikate.gov.co: www.ubikate.gov.com*

# ANEXOS

## ANEXO 1. Encuesta



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



Encuesta dirigida a los Agricultores Milagreños, con el objetivo de analizar la producción, industrialización y comercialización de la piña en el cantón Milagro y su impacto en la economía del sector.

**ES IMPORTANTE QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA SEA CIERTA Y VERDADERA**

### ENCUESTA

**INFORMACIÓN BÁSICA:**

Sexo: M  F  Edad  Nivel de Educación: Primaria  Superior  Estado civil: Soltero  Casado   
 Marque con ( ✓ ) las siguientes respuestas: Secundaria  Ninguna  Divorciado  Viudo

1) ¿Cómo productor cuanto cree Ud. que es su ganancia por cada piña vendida? 1 a 10% <input type="checkbox"/> 10 a 20% <input type="checkbox"/> 20 a 30% <input type="checkbox"/> 30 a 40% <input type="checkbox"/> 40 o más <input type="checkbox"/>	2) ¿A qué entidades financieras usted acude para obtener crédito para realizar su producción? Bancarias <input type="checkbox"/> Gubernamentales <input type="checkbox"/> Cooperativas <input type="checkbox"/> Asociaciones <input type="checkbox"/> Dinero propio <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	3) ¿Cuántas hectáreas de terreno posee usted para la siembra de piña? Menos de 1 hectárea. <input type="checkbox"/> 1-2 hectáreas. <input type="checkbox"/> 2-3 hectáreas <input type="checkbox"/> 3-4 hectáreas. <input type="checkbox"/> 4 o más hectáreas. <input type="checkbox"/>	4) ¿Cuál es la producción promedio de piña por hectárea de terreno? 15000 a 20000 <input type="checkbox"/> 20000 a 25000 <input type="checkbox"/> 25000 a 30000 <input type="checkbox"/> 30000 o más. <input type="checkbox"/>
5) ¿En una hectárea de terreno cosechada cuantas unidades de piña le salen en mal estado? Menos de 1000 <input type="checkbox"/> 1000 a 1500 <input type="checkbox"/> 1500 a 2000 <input type="checkbox"/> 2000 a 2500 <input type="checkbox"/> 2500 a 3000 <input type="checkbox"/> 3000 a 3500 <input type="checkbox"/> 3500 o más. <input type="checkbox"/>	6) ¿Cuál es el ciclo de tiempo que Ud. demora para cosechar su producción de piña? 12-14 meses <input type="checkbox"/> 14-18 meses <input type="checkbox"/> 18-20 meses <input type="checkbox"/> 20-24 meses <input type="checkbox"/> 24 o más meses <input type="checkbox"/>	7) ¿Cuánta cantidad de dinero Ud. invierte para el cultivo de una hectárea de piña? 1000-2000 <input type="checkbox"/> 2000-3000 <input type="checkbox"/> 3000-4000 <input type="checkbox"/> 4000-5000 <input type="checkbox"/> 5000 o más. <input type="checkbox"/>	8) ¿Usted ha reducido la producción de piña por otros productos? Si su respuesta es el en cuanto SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/>
9) ¿Usted estaría de acuerdo con que su producción sea destinada a la industrialización y no para la producción? Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Desacuerdo <input type="checkbox"/>	10) ¿Si se establece el precio con la industrialización de la piña usted estaría dispuesto a sembrar más piña? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		

Gracias por su Colaboración.



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



Encuesta dirigida a los consumidores Milagreños, con el objetivo de analizar la producción, industrialización y comercialización de la piña en el cantón Milagro y su impacto en la economía del sector.

**ES IMPORTANTE QUE LA INFORMACIÓN SI MINISTRADA SEA CIERTA Y VERDADERA**

**ENCUESTA**

**INFORMACIÓN BÁSICA:**

Sexo: M  F  Edad  Nivel de Educación: Primaria  Superior  Estado civil: Soltero  Casado   
 Marque con (✓) las siguientes respuestas: Secundaria  Ninguna  Divorciado  Viudo

<p>1¿De las siguientes frutas ¿Cuál cree usted que representa la identidad cultural del cantón Milagro?</p> <p>Mango <input type="checkbox"/></p> <p>Piña <input type="checkbox"/></p> <p>Banano <input type="checkbox"/></p> <p>Coco <input type="checkbox"/></p> <p>Sandía <input type="checkbox"/></p> <p>Melón <input type="checkbox"/></p>	<p>2¿Cuantas veces al mes usted consume piña?</p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>1 a 2 veces <input type="checkbox"/></p> <p>2 a 3 veces <input type="checkbox"/></p> <p>3 a 4 veces <input type="checkbox"/></p> <p>4 a 5 veces <input type="checkbox"/></p> <p>5 o más veces <input type="checkbox"/></p>	<p>3¿Conoce Ud. que en el cantón Milagro existen empresas que produzcan derivados de piña?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>4¿Si en el cantón Milagro se implantaría una empresa que industrialice la piña, Ud. compraría los productos?</p> <p>Mucho <input type="checkbox"/></p> <p>Algo <input type="checkbox"/></p> <p>Poco <input type="checkbox"/></p> <p>Nada <input type="checkbox"/></p>
<p>5¿Considera usted que la producción de piña debería incrementarse para que no pierda la ciudad de milagro su identidad?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>6¿En qué forma le gustaría a Ud. degustar la piña?</p> <p>Mermeladas <input type="checkbox"/></p> <p>Jugos <input type="checkbox"/></p> <p>Jaleas <input type="checkbox"/></p> <p>Helados <input type="checkbox"/></p> <p>Licor <input type="checkbox"/></p> <p>Tortas <input type="checkbox"/></p> <p>Pulpa <input type="checkbox"/></p>	<p>7¿De las siguientes frutas que propiedades y beneficios de la piña usted conoce?</p> <p>Regulariza el tránsito intestinal y fortalece el sistema inmunológico. <input type="checkbox"/></p> <p>Es abundante en Potasio, yodo y vitamina A,B y C <input type="checkbox"/></p> <p>Es una fruta muy rica en hidrato de carbono <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguna <input type="checkbox"/></p>	<p>8 ¿Cuál cree usted que es el grupo de la población que consume más la piña?</p> <p>Niños <input type="checkbox"/></p> <p>Jóvenes <input type="checkbox"/></p> <p>Adultos <input type="checkbox"/></p> <p>Adultos mayores <input type="checkbox"/></p>

Gracias por su colaboración



**ANEXO 2. Fotos de las encuestas realizadas a la ciudadanía**







ANEXO 3. Permisos


  
 República del Ecuador  
**Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro**

---

Departamento Financiero Sección Rentas

---

Partida No.: 6.2.3.01.1 Valor \$ 1,00

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NUMERIZ VERA

La cantidad de: UN DOLAR

Por concepto de: REGISTRO SANITARIO Y ZOOLOGICO AÑO 2012, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION

Nº **0471987** Milagro, a los 1 del 2012

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
---	--	---


  
 República del Ecuador  
**Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro**

---

Departamento Financiero Sección Rentas

---

Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1,80

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NUMERIZ VERA

La cantidad de: UN DOLAR OCHENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 109, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

Nº **0471986** Milagro, a los 1 del Marzo del 2012

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
--	---	--



MUNICIPIO DE MILAGRO

# PATENTE

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

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Régimen 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**

Registro No.: \_\_\_\_\_

**VALOR US\$ 2.00**

MUNICIPALIDAD MILAGRO  
DIRECCION FINANCIERA

*E.B.*

FIRMA AUTORIZADA  
Director Financiero

Nº 0005612



**VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00**

Nº 0005625



Declaración Individual del Impuesto del 1.5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones locales del decreto 103 del R. O. No. 992 de Enero 16/84.

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 \_\_\_\_\_

**01 IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Cédula Identidad
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo ( M ) ( F ) ( )
09 Estado Civil	10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.
13 Provincia	14 Cantón	15 Teléfono	16 Casilla
17 Actividades Económicas	18 Título Profesional		

**01 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
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>

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 MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Lugar y Fecha de Presentación 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  
FIRMA AUTORIZADA  
Director Financiero Municipal

Anexo 4. 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:	CATEGORÍA: 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**

19/03/2004 02:10:37 PM

  
SECRETARÍA

## Anexo 5. Mesa de trabajo



[www.win-tend.com](http://www.win-tend.com)

## Anexo 6. Maquina peladora de piña





**Anexo 7. Despulpadora de piña**



**Anexo 8. Marmita**



**Anexo 9.** Productos de la competencia piña en trozo.



**Anexo 10.** Piña en almíbar



**Anexo 11. Preparación de derivados de piña**



**Anexo 12. Verificación de la materia prima**





**Anexo 13.**Traslado de la masa de mermelada



**Anexo 14.** Cortado en trozos



## Anexo 15. Conservantes



## Anexo 16. Traslado de la materia prima para ser pelada.



**Anexo 17.** Piña cortada en trozos de manera casera



**Anexo 18.** Piña en trozos



**Anexo 19.** Jugo de piña Milagreña



**Anexo 20.** Jugo de piña Milagreña parte posterior



Anexo 21. Mermelada de piña Milagreñita



Anexo 22. Mermelada de piña La Milagreñita Parte posterior





**Anexo 23.** Concentrado de piña Milagreñita.



**Anexo 24.** Concentrado de piña la Milagreñita parte posterior



**Anexo 25.** Cosecha de piña.



## Anexo 26. Costo de la materia prima e insumos

COSTO DE VENTAS																				
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	<b>MATERIA PRIMA</b>																			
1130000	PÑA Gr	\$ 0,0006	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00	\$ 6.780,00
4310000	AZUCAR Gr	\$ 0,001	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11	\$ 3.831,11
40	PECTINA Gr	\$ 0,01	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40
485000	ACIDO CITRICO Gr	\$ 0,00	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50	\$ 1.212,50
275000	SORBATO DE POTASO Gr	\$ 0,00	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50	\$ 982,50
	<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>		\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51	\$ 12.786,51
	<b>INSUMOS</b>																			
10000	FRASCO CON TAPA 300 GR	\$ 0,08	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
20000	BOTELLA DE PLASTICO 1 LITRO	\$ 0,02	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
5000	FUNDAS PLASTICAS 100 GR	\$ 0,01	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
36000	ETIQUETAS	\$ 0,01	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00
1292	CARTONES	\$ 0,03	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 38,75
	<b>TOTAL DE INSUMOS</b>		\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75	\$ 1.603,75
	<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>																			
1	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43	\$ 630,43
3	OPERARIOS	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11	\$ 1.112,11
	<b>TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>		\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55	\$ 1.742,55
	<b>SERVICIOS BASICOS DIRECTOS DE LA PRODUCCIÓN</b>																			
	AGUA UTILIZADA EN LA PRODUCCIÓN	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	ENERGIA ELECTRICA UTILIZADA EN LA PROD.	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
	<b>TOTAL DE SERVICIOS BASICOS DIRECTOS DE LA PRODUCCIÓN</b>		\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
	<b>TOTAL</b>		\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81	\$ 16.482,81

## Anexo 27. Costo indirecto

COSTO INDIRECTO		ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GASOLINA PARA BOMBAS	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	370,80	381,92	393,38	405,18
1	UTILES DE ASEO PARA LA FABRICA	300,00	0,00	0,00	60,00	0,00	0,00	40,00	0,00	0,00	40,00	0,00	0,00	440,00	453,20	466,80	480,80	495,22
1	UNIFORMES DE TRABAJO E IMPLEMENTOS	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90,00	1090,00	1.122,70	1.156,38	1.191,07	1.226,80
6	PARES DE BOTAS	60,00				60,00				60,00				180,00	185,40	190,96	196,69	202,59
1	COMBUSTIBLE	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05
	<b>TOTAL COSTO INDIRECTO</b>	<b>1390,00</b>	<b>530,00</b>	<b>530,00</b>	<b>590,00</b>	<b>590,00</b>	<b>1030,00</b>	<b>570,00</b>	<b>530,00</b>	<b>590,00</b>	<b>570,00</b>	<b>530,00</b>	<b>620,00</b>	<b>8070,00</b>	<b>8312,10</b>	<b>8561,46</b>	<b>8818,31</b>	<b>9082,86</b>

## Anexo 28. Gastos administrativos.

PROCESADORA DE PIÑA "LA MILAGREÑITA"																		
DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente General	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	780,96	9.371,50	10.414,64	10.716,88	10.725,94	11.037,52
1	Contador	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	530,08	6.361,00	7.056,42	7.257,92	7.263,96	7.471,68
1	Jefe de compras	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	630,43	7.565,20	8.399,71	8.641,50	8.648,75	8.898,02
1	Secretaria	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	369,52	4.434,28	4.907,17	5.044,18	5.048,29	5.189,54
2	Bodeguero	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	750,85	9.010,24	10.011,65	10.301,80	10.310,50	10.609,62
2	Vendedor	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	831,13	9.973,60	11.086,28	11.408,67	11.418,34	11.750,69
3	Conductor	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	1.157,27	13.887,25	15.451,95	15.905,31	15.918,91	16.386,28
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>5.050,26</b>	<b>60.603,07</b>	<b>67.327,82</b>	<b>69.276,25</b>	<b>69.334,71</b>	<b>71.343,35</b>

## Anexo 29. Gastos generales.

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24
ENERGÍA ELECTRICA	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	741,60	763,85	786,76	810,37
TELÉFONO	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	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61
MATERIALES DE LIMPIEZA	40,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	205,00	211,15	217,48	224,01	230,73
SERVICIOS DE INTERNET	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	264,00	271,92	280,08	288,48	297,13
Seguro	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	36.000,00	37.080,00	38.192,40	39.338,17	40.518,32
SUMINISTROS DE OFICINA	250,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	910,00	937,30	965,42	994,38	1.024,21
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	600,00	-	-	-	600,00	-	-	-	600,00	-	-	-	1.800,00	1.854,00	1.909,62	1.966,91	2.025,92
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	22,96	275,50	275,50	275,50	275,50	275,50
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIO	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	78,65	943,80	943,80	943,80	-	-
DEPRECIACION EDIFICIO	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	404,17	4.850,00	4.850,00	4.850,00	4.850,00	4.850,00
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO	2300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00
DEPRECIACION MAQUINARIAS Y EQUIPOS	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	562,15	6.745,80	6.745,80	6.745,80	6.745,80	6.745,80
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>7.517,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>7.302,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>7.302,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>6.702,43</b>	<b>82.444,10</b>	<b>83.691,47</b>	<b>84.976,26</b>	<b>85.355,80</b>	<b>86.718,83</b>

## Anexo 30. Gasto de venta.

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	3.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	7.400,00	7.622,00	7.850,66	8.086,18	8.328,77
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>3.000,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>7.400,00</b>	<b>7.622,00</b>	<b>7.850,66</b>	<b>8.086,18</b>	<b>8.328,77</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>15.567,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.752,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.752,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>12.152,68</b>	<b>150.447,17</b>	<b>158.641,29</b>	<b>162.103,18</b>	<b>162.776,68</b>	<b>166.300,94</b>



## Anexo 31. Ratios financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos operativos	-472.344,47	216.830,64	210.474,45	244.806,41	284.371,92	\$ 324.287,36

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos netos	\$ -472.344,47	\$ 155.225,67	\$ 148.869,49	\$ 183.201,45	\$ 222.766,96	\$ 262.682,39

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	14,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO MAYOR AL 12%	
SUMATORIA DE FLUJOS	1.280.770,78
AÑOS	10
INVERSIÓN INICIAL	472.344,47
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	27,12%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		854.188,62
VAN	POSITIVO	381.844,16
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,24
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	123,70
TASA INTERNA DE RETORNO		42%
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA		27%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	540000,00
COSTO DIRECTO	205.517,29
COSTO INDIRECTO	8070,00
FLUJO NETO	155225,67
PAGO DE DIVIDENDOS	16337,17
GASTOS FINANCIEROS	45267,79
GASTOS PERSONAL	60603,07
ACTIVOS FJOS NETOS	271.707,90

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	183201,45
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	10,50
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	19,61%
INDICE DE EMPLEO		0,22

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	246.997,14
ACTIVOS TOTALES	586.705,04
UTILIDAD NETA	86.652,60

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5790	57,90%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1477	14,77%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	1.280.770,78
GASTOS FINANCIEROS	198.016,81
INVERSIÓN INICIAL	472.344,47
UTILIDAD NETA	758.409,78
VALOR DEL CRÉDITO	330.641,13
VENTAS	3.296.754,00
COSTO DE VENTA	1.139.615,85
TOTAL DEL ACTIVO	586.705,04

## Anexo 32. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
<b>Capital (k)</b>	<b>330641,13</b>		
<b>Interes Anual (i - a)</b>	\$ 14,00	%	<b>0,05</b>
<b>Interes Mensual (i)</b>	<b>0,01</b>		<b>3,02</b>
<b>Plazo de Prestamo en Años</b>	<b>10</b>		
<b>Numeros de Pagos al Año</b>	<b>12</b>		
<b>Numeros Total de Pagos</b>	<b>120,00</b>		

Tasa Fija	5.133,75			SALDO		
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	CAPITAL	I	K
0				330.641,13		
1	1.276,27	3.857,48	5.133,75	329.364,86		
2	1.291,16	3.842,59	5.133,75	328.073,70		
3	1.306,22	3.827,53	5.133,75	326.767,48		
4	1.321,46	3.812,29	5.133,75	325.446,02		
5	1.336,88	3.796,87	5.133,75	324.109,15		
6	1.352,47	3.781,27	5.133,75	322.756,67		
7	1.368,25	3.765,49	5.133,75	321.388,42		
8	1.384,22	3.749,53	5.133,75	320.004,20		
9	1.400,36	3.733,38	5.133,75	318.603,84		
10	1.416,70	3.717,04	5.133,75	317.187,14		
11	1.433,23	3.700,52	5.133,75	315.753,91		
12	1.449,95	3.683,80	5.133,75	<b>314.303,96</b>	45.267,79	16.337,17
13	1.466,87	3.666,88	5.133,75	312.837,09		
14	1.483,98	3.649,77	5.133,75	311.353,11		
15	1.501,29	3.632,45	5.133,75	309.851,81		
16	1.518,81	3.614,94	5.133,75	308.333,00		
17	1.536,53	3.597,22	5.133,75	306.796,48		
18	1.554,45	3.579,29	5.133,75	305.242,02		
19	1.572,59	3.561,16	5.133,75	303.669,43		
20	1.590,94	3.542,81	5.133,75	302.078,49		
21	1.609,50	3.524,25	5.133,75	300.469,00		
22	1.628,28	3.505,47	5.133,75	298.840,72		
23	1.647,27	3.486,48	5.133,75	297.193,45		
24	1.666,49	3.467,26	5.133,75	<b>295.526,96</b>	42.827,97	18.777,00
25	1.685,93	3.447,81	5.133,75	293.841,03		
26	1.705,60	3.428,15	5.133,75	292.135,43		
27	1.725,50	3.408,25	5.133,75	290.409,93		
28	1.745,63	3.388,12	5.133,75	288.664,29		
29	1.766,00	3.367,75	5.133,75	286.898,30		
30	1.786,60	3.347,15	5.133,75	285.111,70		
31	1.807,44	3.326,30	5.133,75	283.304,25		
32	1.828,53	3.305,22	5.133,75	281.475,72		
33	1.849,86	3.283,88	5.133,75	279.625,86		
34	1.871,45	3.262,30	5.133,75	277.754,41		
35	1.893,28	3.240,47	5.133,75	275.861,14		
36	1.915,37	3.218,38	5.133,75	<b>273.945,77</b>	40.023,77	21.581,19
37	1.937,71	3.196,03	5.133,75	272.008,06		
38	1.960,32	3.173,43	5.133,75	270.047,74		
39	1.983,19	3.150,56	5.133,75	268.064,55		
40	2.006,33	3.127,42	5.133,75	266.058,22		
41	2.029,73	3.104,01	5.133,75	264.028,49		
42	2.053,41	3.080,33	5.133,75	261.975,07		
43	2.077,37	3.056,38	5.133,75	259.897,70		
44	2.101,61	3.032,14	5.133,75	257.796,09		
45	2.126,13	3.007,62	5.133,75	255.669,97		
46	2.150,93	2.982,82	5.133,75	253.519,04		
47	2.176,02	2.957,72	5.133,75	251.343,01		
48	2.201,41	2.932,34	5.133,75	<b>249.141,60</b>	36.800,79	24.804,17
49	2.227,09	2.906,65	5.133,75	246.914,50		
50	2.253,08	2.880,67	5.133,75	244.661,43		

51	2.279,36	2.854,38	5.133,75	242.382,06		
52	2.305,96	2.827,79	5.133,75	240.076,11		
53	2.332,86	2.800,89	5.133,75	237.743,25		
54	2.360,08	2.773,67	5.133,75	235.383,17		
55	2.387,61	2.746,14	5.133,75	232.995,56		
56	2.415,47	2.718,28	5.133,75	230.580,10		
57	2.443,65	2.690,10	5.133,75	228.136,45		
58	2.472,15	2.661,59	5.133,75	225.664,30		
59	2.501,00	2.632,75	5.133,75	223.163,30		
60	2.530,18	2.603,57	5.133,75	<b>220.633,12</b>	33.096,49	28.508,47
61	2.559,69	2.574,05	5.133,75	218.073,43		
62	2.589,56	2.544,19	5.133,75	215.483,87		
63	2.619,77	2.513,98	5.133,75	212.864,11		
64	2.650,33	2.483,41	5.133,75	210.213,77		
65	2.681,25	2.452,49	5.133,75	207.532,52		
66	2.712,53	2.421,21	5.133,75	204.819,99		
67	2.744,18	2.389,57	5.133,75	202.075,81		
68	2.776,20	2.357,55	5.133,75	199.299,61		
69	2.808,58	2.325,16	5.133,75	196.491,03		
70	2.841,35	2.292,40	5.133,75	193.649,67		
71	2.874,50	2.259,25	5.133,75	190.775,17		
72	2.908,04	2.225,71	5.133,75	<b>187.867,14</b>	\$ 28.838,97	\$ 32.765,99
73	2.941,96	2.191,78	5.133,75	184.925,17		
74	2.976,29	2.157,46	5.133,75	181.948,89		
75	3.011,01	2.122,74	5.133,75	178.937,88		
76	3.046,14	2.087,61	5.133,75	175.891,74		
77	3.081,68	2.052,07	5.133,75	172.810,06		
78	3.117,63	2.016,12	5.133,75	169.692,43		
79	3.154,00	1.979,75	5.133,75	166.538,43		
80	3.190,80	1.942,95	5.133,75	163.347,63		
81	3.228,02	1.905,72	5.133,75	160.119,61		
82	3.265,68	1.868,06	5.133,75	156.853,92		
83	3.303,78	1.829,96	5.133,75	153.550,14		
84	3.342,33	1.791,42	5.133,75	<b>150.207,81</b>	\$ 23.945,64	\$ 37.659,33
85	3.381,32	1.752,42	5.133,75	146.826,49		
86	3.420,77	1.712,98	5.133,75	143.405,72		
87	3.460,68	1.673,07	5.133,75	139.945,04		
88	3.501,05	1.632,69	5.133,75	136.443,98		
89	3.541,90	1.591,85	5.133,75	132.902,08		
90	3.583,22	1.550,52	5.133,75	129.318,86		

91	3.625,03	1.508,72	5.133,75	125.693,83			
92	3.667,32	1.466,43	5.133,75	122.026,51			
93	3.710,10	1.423,64	5.133,75	118.316,41			
94	3.753,39	1.380,36	5.133,75	114.563,02			
95	3.797,18	1.336,57	5.133,75	110.765,84			
96	3.841,48	1.292,27	5.133,75	<b>106.924,36</b>	\$	18.321,52	\$ 43.283,45
97	3.886,30	1.247,45	5.133,75	103.038,07			
98	3.931,64	1.202,11	5.133,75	99.106,43			
99	3.977,51	1.156,24	5.133,75	95.128,92			
100	4.023,91	1.109,84	5.133,75	91.105,01			
101	4.070,86	1.062,89	5.133,75	87.034,16			
102	4.118,35	1.015,40	5.133,75	82.915,81			
103	4.166,40	967,35	5.133,75	78.749,42			
104	4.215,00	918,74	5.133,75	74.534,41			
105	4.264,18	869,57	5.133,75	70.270,23			
106	4.313,93	819,82	5.133,75	65.956,31			
107	4.364,26	769,49	5.133,75	61.592,05			
108	4.415,17	718,57	5.133,75	<b>57.176,88</b>	\$	11.857,48	\$ 49.747,49
109	4.466,68	667,06	5.133,75	52.710,19			
110	4.518,79	614,95	5.133,75	48.191,40			
111	4.571,51	562,23	5.133,75	43.619,88			
112	4.624,85	508,90	5.133,75	38.995,04			
113	4.678,80	454,94	5.133,75	34.316,23			
114	4.733,39	400,36	5.133,75	29.582,84			
115	4.788,61	345,13	5.133,75	24.794,23			
116	4.844,48	289,27	5.133,75	19.949,75			
117	4.901,00	232,75	5.133,75	15.048,75			
118	4.958,18	175,57	5.133,75	10.090,57			
119	5.016,02	117,72	5.133,75	5.074,54			
120	5.074,54	59,20	5.133,75	<b>0,00</b>	\$	4.428,09	\$ 57.176,88

### Anexo 33. Depreciación

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEPRECIACION	% MENSUAL	% ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.755,00	10%	22,96	275,50
EQUIPO DE OFICINA	4.500,00	10%	37,50	450,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.860,00	33%	78,65	943,80
EDIFICIO	97.000,00	5%	404,17	4.850,00
VEHICULO	138.000,00	20%	2.300,00	27.600,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	67.458,00	10%	562,15	6.745,80
<b>TOTAL</b>	<b>312.573,00</b>		<b>3.405,43</b>	<b>40.865,10</b>

### Anexo 34. Inventario

Productos	INVENTARIO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jugo	\$ 4.800,00	\$ 5.280,00	\$ 5.808,00	\$ 6.388,80	\$ 7.027,68
Mermelada	\$ 3.600,00	\$ 3.960,00	\$ 4.356,00	\$ 4.791,60	\$ 5.270,76
Concentrado	\$ 2.400,00	\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84
	<b>10.800,00</b>	<b>11.880,00</b>	<b>13.068,00</b>	<b>14.374,80</b>	<b>15.812,28</b>

www.orkund.es x D10562984 - TESIS TERMINI x Facebook x

https://secure.orkund.com/view/10393154-352646-568852#DcarEYBAAEPBxBPXJL70gpDCSgkQ++wap/turf9UEFCRkEVNdTRRAVjgoX/NNzxwBMvQgoRMQmVRmcwWef7AQ==

**URKUND**

**Document** [TESIS TERMINADA ARREGLANDO pasar\\_orkund.docx](#) (D10562984)

**Submitted** 2014-04-14 08:38 (-05:00)

**Submitted by** diddis\_6@hotmail.com

**Receiver** wfrancov.unemi@analysis.orkund.com

**Message** DIEGO DUTAN [Show full message](#)

6% of this approx. 52 pages long document consists of text present in 19 sources.

**List of sources**

Rank	Path/File name
	<a href="http://mx.answers.yahoo.com/question/index?gid=20071203151516AAyINN">http://mx.answers.yahoo.com/question/index?gid=20071203151516AAyINN</a>
	<a href="#">TESIS NELY ASES.docx</a>
	<a href="http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/handle/15001/1195">http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/handle/15001/1195</a>
	<a href="http://www.slideshare.net/ilsekarinac/industria-piera-monte-lirio-7865821">http://www.slideshare.net/ilsekarinac/industria-piera-monte-lirio-7865821</a>
	<a href="#">TESIS.docx</a>
	<a href="http://www.colbertgarcia.blogspot.com/">http://www.colbertgarcia.blogspot.com/</a>
	<a href="https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_joomdoc&amp;amp;view=documents&amp;path=ley-organica-bnf&amp;amp;...">https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_joomdoc&amp;amp;view=documents&amp;path=ley-organica-bnf&amp;amp;...</a>
	<a href="http://www.eumed.net/curseron/dir/bzm/c/costo.htm">http://www.eumed.net/curseron/dir/bzm/c/costo.htm</a>

0 Warnings Reset Export Share

INTRODUCCIÓN. Milagro es un cantón donde por su ubicación geográfica se cultivan una gran variedad de frutas tropicales, siendo el cultivo de la piña el más importante ya que le ha dado un reconocimiento nacional conociendo así a la ciudad de milagro como la "tierra de las piñas". Pero en los últimos años esto ha venido cambiando debido a que los agricultores han decidido desplazar el cultivo de la piña por otros, como la caña de azúcar, cacao, banano, plátano, maíz, arroz, tabaco, pasto, y flores ya que estos cultivos son de ciclos cortos. Otro de los factores que ha motivado mucho a los agricultores ha sido la fuerte demanda de flores y plantas ornamentales por los trabajos de regeneración urbana que comenzaron en Guayaquil y el surgimiento de urbanizaciones. Milagro dejó de ser el mayor proveedor de piña debido a que son traídas de otros cantones tales como: Roberto Astudillo, Naranjito, Bucay y Santo Domingo de los Colorados. Es por esta razón que el presente trabajo tiene como principal objetivo estudiar la modificación de la matriz productiva en relación a la comercialización, venta y producción de los derivados de la piña en el cantón Milagro. Tomando en consideración todas las necesidades que tenga el productor para así poder rescatar este sembrío que por muchas generaciones ha sido la simbología de Milagro. CAPÍTULO I EL PROBLEMA 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. 1.1.1 Problemática. El cantón San Francisco de Milagro se ha ganado una identidad a través de los años como "La tierra de Las Piñas", debido a la magnitud de producción de esta fruta que era cosechada por los agricultores de dicha localidad. Obteniendo información de varias fuentes, se analizaron las tendencias decrecientes en lo que respectan los 5 últimos años de producción de la piña en el cantón Milagro, es decir desde el año 2009 al 2014. Dando como resultado varios factores a tomar en cuenta tales como: El escaso interés de la producción de la piña, el aumento en la producción de cultivos de ciclos cortos, los altos costos de producción de la piña, la carencia de conocimientos técnicos por parte de los productores al momento de la cosecha. El poco interés de la producción de la piña, se da debido al aumento de los gastos de agua y combustible necesarios para el riego. La siembra de piña en el cantón Milagro ha venido decreciendo puesto que desde hace algún tiempo muchos agricultores optan por cultivar banano, cacao, la caña de azúcar, ya que estos productos ofrecen un mejor rendimiento con un menor riesgo de precio y ciclo de tiempo, debido a que el de la piña es muy extenso. El aumento en la producción de cultivos de ciclos cortos, viene dado de la mano por la variación del precio de los insumos, la cual provoca que los agricultores desistan en la siembra de piña debido a que el monto de inversión existente para diversas acciones como la preparación del terreno, compra de semillas certificadas, fertilizantes, entre otros, muchas veces alteran el presupuesto del productor, trayendo como resultado que los agricultores opten emplear o invertir en otras clases de cultivos tales como: banano, caco, mango, la caña de azúcar, el maíz, los viveros, y demás, provocando así una escasez de hectáreas de terreno disponibles para el cultivo de la piña. Los altos costos de producción de la piña, combinado con varios factores como los cambios en el mercado, han hecho que el cultivo de la piña se vuelva poco atractivo entre los productores del Cantón Milagro, debido a que en comparación con los del cacao, mangos o la caña de azúcar, los costos de producción son altos y en muchas ocasiones existe una variación en el precio de venta. La carencia de conocimientos técnicos por parte de los productores al momento de la cosecha y por cosecha como por ejemplo la inducción floral, el poco que debería tener los hilos basales

Windows taskbar with icons for Internet Explorer, Google Chrome, and other applications. System tray shows the time 12:46 and date 15/04/2014.