



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

**“IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA AGROINDUSTRIAL PROCESADORA DE
MERMELADA DE MAMEY “CARTAGENA” EN EL CANTÓN MILAGRO”**

AUTORA: KATHERINE IVETTE MARTINEZ LEÓN

MILAGRO, ABRIL DEL 2012

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 **“Implementación de una Planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena” en el Cantón Milagro”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Economista.

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

Presentado por la Egresada.

Katherine Martínez León

C.I 0927008946

TUTOR

ING. ROBERTO CABEZAS CABEZAS, *MBA*

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo: Egr. Katherine Ivette Martínez Leon, por medio de este documento, entrego el proyecto; **“Implementación de una Planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena” en el Cantón Milagro”**, del cual me responsabilizo por ser la autora del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Roberto Cabezas Cabezas, *MBA*.

Milagro, abril del 2012.

KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN

C.I 0927008946

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de ECONOMISTA.
Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

A Dios por sobre todas las cosas, por ser el dador de mi vida y las miles de bendiciones que ha derramado en mi dándome fuerzas y abriéndome camino para continuar con mis estudios y cumplir mis metas propuestas.

A mis padres que son la razón primordial de mi existir, ya que sin su apoyo no hubiera continuado en mi lucha por ser una profesional. Este logro se lo dedico a ellos ya que han sabido inculcarme la importancia de estudiar, los valores y la ética para ser una persona de bien.

A mi hermano, un ser maravilloso que me brindó su apoyo incondicional, para alcanzar mi meta propuesta de ser una profesional, siempre estuvo allí brindándome su mano amiga y haciendo valer su lazo sanguíneo , enseñándome que en la vida todo es esfuerzo, dedicación y trabajo para alcanzar el éxito.

Los amo con toda mi vida.

KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud principalmente está dirigida a Dios por haberme brindado la dicha de existir, por ser mi guía espiritual y estar conmigo en los momentos que más lo he necesitado.

A mis padres por estar conmigo en todo momento, brindándome seguridad, confiando en mi capacidad e inteligencia, por estar conmigo en los momentos más difíciles por los que he atravesado a lo largo de mi carrera y mi vida en sí.

A mi hermano, por ser el pilar fundamental en toda mi vida, por siempre estar conmigo y no dejarme en las vicisitudes de la vida, transmitiéndome su buena vibra, positivismo y deseo de superación, depositando su fe y confianza en mí.

A la Universidad y a los docentes que han sido parte de mi formación profesional, transmitiéndome sus conocimientos, y mostrándome que el camino hacia el éxito es la perseverancia y la ética profesional, poniendo siempre por encima los valores morales.

A mis compañeros de aula que durante los años de estudios fueron parte fundamental de mi vida, ya que con ellos compartí experiencias que me hicieron madurar y crecer como persona, a ellos, que formaron parte de mi vida y me hicieron sentir como parte importante de la suya.

KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue el de **“Implementación de una Planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena” en el Cantón Milagro”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2012

KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN

C.I 0927008946

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA DE CARÁTULA O PORTADA.....	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRAC	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo general de la investigación	4
1.2.2 Objetivos específicos de la investigación	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1 Justificación de la investigación.....	5

CAPITULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	8
2.1.3 Fundamentación.....	10
2.2 ASPECTO LEGAL	44
2.3 MARCO CONCEPTUAL	54
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	58
2.4.1 Hipótesis General	58
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	59
2.4.3 Declaración de las variables.....	59
2.4.4 Operacionalización de las variables	60
CAPÍTULO III	62
MARCO METODOLÓGICO	62
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	62
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	63
3.2.1 Características de la población	63
3.2.2 Delimitación de la población	63
3.2.3 Tipo de muestra.....	64
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	64
3.2.5 Proceso de selección	65
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	65
3.3.1 Métodos teóricos	65
3.3.2 Métodos empíricos	65
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	66
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN	

CAPÍTULO IV.....	67
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	67
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	67
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA....	68
4.3 RESULTADOS.....	74
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.	75
CAPÍTULO V.....	76
PROPUESTA.....	76
5.1 TEMA.....	76
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	77
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	83
5.4 OBJETIVOS.....	84
5.4.1 Objetivo General de la propuesta.....	84
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta	84
5.5 UBICACIÓN.....	84
5.6 FACTIBILIDAD.....	87
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	88
5.7.1 Actividades.....	
5.7.2 Recursos, Analisis Financiero.....	136
5.7.3. Impacto.....	152
5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta.	154
CONCLUSIONES	156
RECOMENDACIONES	157
ANEXOS	158
BIBLIOGRAFIA	165

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Clasificación Científica del mamey “Cartagena”	10
Cuadro 2. Valor alimenticio por 100 g de pulpa fresca	12
Cuadro 3. Las variables.....	60
Cuadro 4. Muestra dividida por actividad y sexo	65
Cuadro 5. Consumo de mamey “Cartagena” en el Cantón.....	68
Cuadro 6. Preferencia en consumo del mamey “Cartagena”	69
Cuadro 7. Propiedades alimenticias y medicinales de la fruta.....	70
Cuadro 8. Implementación de una planta agroindustrial procesadora de mamey “Cartagena”	71
Cuadro 9. Derivados hechos a base de mamey “Cartagena”	72
Cuadro 10. Propiedades y bondades que la ciudadanía quiere que se resalte de la fruta	73
Cuadro 11. Impacto ambiental previo a la instalación de la planta agroindustrial.	74
Cuadro 12. Verificación de las hipótesis.....	75
Cuadro 13. Descripción del cargo Gerente Administrador.....	95
Cuadro 14. Descripción del cargo Jefe de Producción.	97
Cuadro 15. Descripción del cargo Operarios.....	99
Cuadro 16. Descripción del cargo Contador.....	101
Cuadro 17. Descripción del cargo Asistente contable.	103
Cuadro 18. Descripción del cargo Jefe de bodega.....	105
Cuadro 19. Descripción del cargo de chofer.....	107
Cuadro 20. Descripción del cargo de Almacenador.	108
Cuadro 21. FODA.....	115
Cuadro 22. FO-FA-DO-DA	117
Cuadro 23. Presentación y contenido del producto	121
Cuadro 24. Precios de la competencia	122
Cuadro 25. Precios del producto.	122
Cuadro 26. Ph de la pulpa del mamey “Cartagena”	131
Cuadro 27. Variables ingresos-gastos.....	136
Cuadro 28. Datos materiales de construcción.	136

Cuadro 29. Utensilios para medir y preparar.....	137
Cuadro 30. Suministros de oficina.....	137
Cuadro 31. Adecuaciones del local.....	137
Cuadro 32. Suministros de limpieza.....	138
Cuadro 33. Inversión de activos fijos.....	139
Cuadro 34. Depreciación de los activos fijos.....	140
Cuadro 35. Sueldos y salarios.....	140
Cuadro 36. Detalle de gastos.....	142
Cuadro 37. Costo de ventas.....	143
Cuadro 38. Costos indirectos.....	144
Cuadro 39. Presupuesto de ingresos.....	144
Cuadro 40. Gramos de mermelada por litro.....	145
Cuadro 41. Precio.....	145
Cuadro 42. Inversión del proyecto.....	146
Cuadro 43. Financiamiento del proyecto.....	146
Cuadro 44. Préstamo bancario.....	147
Cuadro 45. Financiamiento, Tabla de amortización.....	147
Cuadro 46. Financiamiento, tabla de amortización mensual.....	148
Cuadro 47. Estado de pérdidas y ganancias.....	149
Cuadro 48. Flujo de caja proyectado.....	150
Cuadro 49. Balance general.....	151
Cuadro 50. Índices financieros.....	151
Cuadro 51. Tasa de rendimiento promedio, VAN y TIR.....	152
Cuadro 52. Razones financieras.....	152
Cuadro 53. Cronograma de actividades.....	154

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fruto de mamey “Cartagena”	10
Figura 2. Planta injertada de mamey “Cartagena”	17
Figura 3. Proyección estratégica de la empresa.....	21
Figura 4. Consumo de mamey “Cartagena”	68
Figura 5. Preferencia de consumo de mamey “Cartagena”	69
Figura 6. Propiedades alimenticias y medicinales de la fruta	70
Figura 7. Implementación de una planta agroindustrial	71
Figura 8. Derivados del mamey “Cartagena”	72
Figura 9. Propiedades y bondades a resaltar en la fruta	73
Figura 10. Estudio de impacto ambiental	74
Figura 11. Ubicación de la planta agroindustrial.....	86
Figura 12. Logotipo.....	88
Figura 13. Distribución interna de la planta	91
Figura 14. Organigrama Organizacional.....	92
Figura 15. Organigrama Funcional.	93
Figura 16. Organigrama de Posición.	94
Figura 17. Proceso de compra	110
Figura 18. Proceso de Transformación	111
Figura 19. Proceso de comercialización	112
Figura 20. Proceso de distribución	113
Figura 21. Proceso de facturación.....	114
Figura 22. Fuerzas Porter.....	118
Figura 23. Valla publicitaria	123
Figura 24. Publicidad radial.	123
Figura 25. Volante	125
Figura 26. Tarjeta de presentación.....	125
Figura 27. Pagina en Facebook.....	126
Figura 28. Muestras gratis.....	126
Figura 29. Tríptico.	127
Figura 30. Mameyes “Cartagena”	128

Figura 31. Balanza de pesado.....	128
Figura 32. Proceso de lavado.....	129
Figura 33. Formas de pelado.....	129
Figura 34. Instrumentos de pulpeado.....	130
Figura 35. Proceso de cocción	130
Figura 36. Ph metro.....	131
Figura 37. Refractómetro.....	132
Figura 38. Máquina de etiquetado.....	133
Figura 39. Proceso de elaboración.....	134
Figura 40. Ubicación de los materiales en produccion.....	135

RESUMEN

El desarrollo del problema se basa en darle una alternativa innovadora en el procesamiento de la mermelada del mamey Cartagena, para lo cual se ha desplegado una serie de información que está compuesta de la siguiente manera: planteamiento de la problemática efectuada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial si existe esta clase de prestación de servicios, sin embargo las personas están cansadas de recibir lo mismo, por lo tanto se identificó una necesidad en esta franja comercial, por ello se consideró altamente viable la creación de una planta agroindustrial procesadora de Mermelada de Mamey “Cartagena”, para lo cual se realizó una estructura bien definida, es decir su filosofía corporativa, desde su misión, visión, organigrama, manuales de funciones, etc., además se realizó el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización, seguidamente se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la planta procesadora a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el *VAN* y *TIR*.

ABSTRAC

The development of the problem is based on providing an alternative innovative processing Mammaea Americana, for which it has deployed a range of information which is composed as follows: approach made the problem, objectives, definition, formulation and corresponding justification has also been made a little history about this business and the market, also will find all the information necessary for better understanding of investigative work and their respective same hypothesis which responds to the formulation of the problem variables. In the methodological framework determined the universe, is a portion of the population to calculate the sample where I use a research instrument known as the survey of citizenship, once obtained the data from this tool proceeded to the interpretation of results, is the collection, tabulation and analysis of the research instrument, where it was learned that this commercial center if this kind of service delivery, But people are tired of receiving the same, therefore identified a need in this strip mall, so it is highly consider the feasibility of creating agro-processing plant Mammaea Americana for which we made a well-defined structure, is its corporate philosophy, from its mission, vision, organizational structure, operating manuals, etc., also was held to design a logo, which represent the identity of this organization, then there was a projection of expenses, income and investment assets, which showed the profitability of the processing plant through the financial statements and their respective indices as the *NPV* and *IRR*.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad, dejar bien en claro la realidad del Estado Situacional del mamey “Cartagena” en la ciudad de Milagro y sectores aledaños.

El mamey Cartagena, una fruta muy rica pero aquejada por muchas circunstancias que le impiden un fácil acceso al mercado, privatizando a la ciudadanía de gozar de sus beneficios y magníficas propiedades.

Un fruto que crece a lo largo de América Latina, familia de los Planteo, que pertenece al género de las plantas que crecen por semilla.

Cabe recalcar que este tipo de fruto de nuevo mundo, es una excelente posibilidad de ingresos para las familias poseedoras de tierras improductivas. Así también mediante su estudio y debida importancia, aportaríamos a la diversificación agricultora dentro del cantón.

Lo que se pretende es encontrar soluciones a un problema central, un problema que radica en su baja producción, las cuales permitirán mejorar su situación actual, y de esta manera lograr posicionarlo en un mercado altamente competitivo a nivel de agricultura.

Así como también lograr que sea conocido, buscando que se introduzca en la mente de los ciudadanos, y que su nombre les suene familiar como el nombre de cualquier otra fruta de gran valor y reconocimiento, motivando a los agricultores a cultivarla con más ahínco y empeño, teniendo como principal motivación la obtención de ingresos.

Dando así lugar a una adecuada manera de tratar esa parte importante del sector agrícola, con la atención y apoyo necesario para que pueda subsistir y tener éxito a lo largo de su proceso.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Milagro una ciudad que se caracteriza por el cultivo de frutas inigualables en sabores, tales como, piña, banano, mango, papaya, etc. Pero entre tanta diversidad, existe una de sabor y aroma exquisitos, como lo es el mamey "Cartagena", el mismo que mantiene un bajo nivel de producción, debido al poco consumo por parte de la ciudadanía de lo rico y saludable que representa esta fruta, originaria de este sector.

Pocos son los interesados en el impulso comercial, logrando con esto inexistencias de sus derivados en el mercado, privando a la ciudadanía de degustar y conocer más a fondo sobre este tipo de producto.

Su éxito depende del grado de conocimiento que la ciudadanía tenga sobre la fruta, es decir de las propiedades nutritivas y medicinales que posee, sin embargo, la realidad es otra ya que se muestra al mercado como una fruta totalmente inatractiva para la ciudadanía.

El insuficiente desarrollo agroindustrial ha dado como resultado que los ciudadanos consuman esta fruta de forma directa.

Indiscutiblemente si no tiene acogida en el mercado esto se verá reflejado por niveles de ventas sumamente bajos logrando así bajo nivel de conocimiento a los ciudadanos, restándole el valor que merece.

Pronóstico

Que la baja producción del mamey “Cartagena” se agudice y no se investigue a cabalidad los factores influyentes para que exista este fenómeno traería consigo la pérdida de oportunidad de conocer más acerca de los frutos que da nuestra tierra, así como también se presentaría la ausencia de ingresos en familias que poseen tierras improductivas, y que podrían hacer de ellas un cultivo que les permita generar rentabilidad.

Control de pronóstico

En vista de que en la ciudad de Milagro existe una baja producción de mamey “Cartagena”, permite captar la posible y más factible solución, la cual sería la creación de una empresa Agroindustrial, que produzca derivados de la fruta, para que de esta manera se incentive el cultivo dentro de la ciudad y sectores aledaños, para así generar ingresos en las familias productoras y al mismo tiempo incentivar el producción, consumo y comercialización.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: costa

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Sector: Agrícola

1.1.3 Formulación del problema

¿Cuál es el motivo de que en la ciudad de Milagro y sectores aledaños exista un reducido porcentaje de ciudadanos consumidores de mamey “Cartagena”?

1.1.4 Sistematización del problema

- ✓ ¿Qué trae consigo que muy pocos estén interesados en el impulso comercial del mamey “Cartagena” en la ciudad de Milagro y sectores aledaños?

- ✓ ¿Qué da como resultado un bajo nivel de conocimiento acerca de las propiedades nutritivas y medicinales que posee el mamey “Cartagena” en la ciudad de Milagro y sectores aledaños?

- ✓ ¿Qué ocasiona el insuficiente desarrollo agroindustrial en la ciudad de Milagro?

- ✓ ¿Qué origina el bajo nivel de ventas del mamey “Cartagena” de la ciudad de Milagro y sectores aledaños?

1.1.5 Determinación del tema

Implementación de una Planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena”.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general de la investigación

Identificar las causas de mayor incidencia en el estancamiento e involución del cultivo y producción del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro y sectores aledaños, mediante un diagnóstico situacional, para dar paso a la diversificación e impulso del sector Agrícola y Productivo de la fruta.

1.2.2 Objetivos específicos de la investigación

- ✓ Determinar las razones por las cuales existe un bajo nivel de impulso comercial de mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro y así encontrar vías que den paso y éxito a su correcta comercialización.

- ✓ Definir los motivos que inciden en el bajo nivel de conocimiento de las propiedades tanto nutritivas como medicinales del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de

Milagro para así contrarrestarlos y emprender la propagación de información útil y necesaria que hagan conocida a la fruta.

- ✓ Establecer los parámetros que sirvan de guía en el proceso de la agroindustria en la ciudad de Milagro, para de esta manera encontrar información útil que permita conocer a fondo su origen y desarrollo.
- ✓ Fijar estándares que sirvan de aporte para encontrar el origen del bajo nivel de ventas del mamey “Cartagena” y por medio de ellos dar con las fuentes principales y así implementar procesos de ventas satisfactorios para los comerciantes.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

La agricultura, practicada desde principios de la humanidad, sufriendo cambios a lo largo de los años, desde su manera en ser atendida, hasta la llegada de sus productos a los principales destinos, adaptándose así a factores como los naturales, monetarios e inclusive gubernamentales. Es el principal y más relevante ingreso de las ciudades dedicadas a esa actividad, entre ellas Milagro, tierra conocida por su diversidad de frutas y terrenos fáciles de trabajar, permitiéndole a sus dueños obtener beneficios, mediante sus cultivos, que por lo general son en su mayoría de frutas.

Entre las más deliciosas se encuentra el mamey “Cartagena” una fruta tropical la cual posee características peculiares, es de sabor y aroma agradables, cubierto por una cascara gruesa y resistente que le da protección a su pulpa, la misma que recibe poca atención tanto en el comercio como en el hogar ocasionando un bajo nivel de producción dentro de la ciudad.

Razones por las cuales muchas familias que en su momento tuvieron por lo menos la intención de producir mamey se retractaron y prefirieron sacarle provecho a otro tipo de cultivos. Una exquisita fruta de la cual se podría crear un sin número de delicias aparte de recibir y aprovechar sus bondades, ya que posee algunas, muy importantes y destacables.

No solo degustaríamos de su maravilloso sabor, sino también asimilaríamos su valor medicinal y nutritivo. Porque no empezamos a hacer conciencia y a explotar los recursos que la naturaleza nos ha dado, pensando que se puede obtener muchos más ingresos sacándole provecho a sus frutos directamente. Además de darla a conocer, catapultándola hacia un mercado en el que indudablemente sería un éxito.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El mamey se encuentra a mitad de camino entre las grandes y menores frutas tropicales y es única en permanecer prácticamente estancada en los últimos 40 años, recibiendo menor atención en el hogar y en el comercio.

Origen y Distribución

El mamey es originario de las Antillas y del norte de América del Sur. Fue asentado cerca de Darién, Panamá, en 1514, y en 1529 se incluyó por Oviedo en su revisión de los frutos del Nuevo Mundo. Se ha cultivado como un ejemplar en invernaderos Ingleses desde 1735. Crece bien en las Bermudas y es comúnmente cultivado en las Bahamas y las Antillas Mayores y Menores.

En St. Croix es espontáneo a lo largo de las carreteras en las cuales las semillas han sido esparcidas. En el sur de México y Centroamérica, se siembra con moderación, excepto en las tierras bajas de Costa Rica, El Salvador y en Guatemala, donde puede ser visto como cortinas rompe vientos y como árboles ornamentales para sombra a lo largo de las calles de la ciudad, y con frecuencia se cultiva por su fruto en las llanuras y colinas de la costa del Pacífico. El cultivo está disperso en Colombia, Venezuela, Guyana, Surinam y la Guayana Francesa, Ecuador y el norte de Brasil.

Encajado en las zonas tropicales del Viejo Mundo, es muy restringido en el África occidental (en particular, Sierra Leona), Zanzíbar, el sureste de Asia, Java, Filipinas y Hawái. Todas las plantas de semilla colocadas en Israel han fenecido en el primero o segundo año. En ocasiones plantas de semilla se han plantado en California, pero la mayoría han sucumbido al primer invierno. El Dr. Robert Hodson, de la Universidad de California, dijo en 1940: "Yo sólo sé de un gran y viejo árbol de la *Mammea americana* que crece a la intemperie en el sur de California, y nunca ha fructificado".

El mamey "Cartagena" posiblemente fue llevado primero a la Florida desde las Bahamas, pero el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos recibió semillas de Ecuador en 1919. Uno de los mayores ejemplares madurando en la Florida se encuentra en el Fairchild Tropical Garden, Miami, en un sitio que anteriormente formaba parte de un vivero, y se cree que tiene más de 60 años de edad.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Facundo: empresa dedicada a la elaboración de alimentos congelados y conservas, entre ellos la elaboración de mermeladas, tiene tecnología de punta que garantiza productos de alta calidad, además de poseer reconocimiento y posicionamiento en el mercado por la manera en que se maneja publicitariamente y la calidad de su materia prima al elegir sus productos, cuenta con personal altamente capacitado para rendir al 100% en las actividades destinadas, además de poseer procesos productivos muy eficientes y eficaces para la organización.

Gustadina: marca perteneciente a la reconocida empresa Pronaca, Gustadina representada por las más ricas y saludables mermeladas, reconocidas en el mercado, consta con tecnología de punta y es poseedora de valores y políticas bien establecidas, además de producir sus mermeladas con las más altas normas de higiene y calidad para así brindarles a sus clientes un producto de su entera confianza.

Tesis

Tema: “Estudio de viabilidad para la producción de la mermelada de mucílago de cacao”

Autoras: Janeth Aracelly Villacís Santos & Jenny Mariela Peralta Saltos.

Propuesta destinada a la implementación de una empresa dedicada a crear mermeladas hechas a base del mucilago del cacao, lo cual sirve para este estudio ya que el proceso de elaboración y aditivos necesarios para su elaboración son similares. Así como también la similitud en el tipo de actividades a realizar, entorno empresarial y distribución interna.

Año: 2011

Tesis

Tema: “creación de una pequeña agroindustria dedicada a la elaboración de productos derivados del plátano”

Autores: Eduardo Javier Espinoza Solís & Jessica Mariela Leal Briones.

Año: 2008

Estudio dedicado a la elaboración de derivados del plátano, entre ellos mermelada, lo cual es de importancia para este estudio ya que por medio de ella podremos despejar alguna duda en cuanto a usos de procesos productivos, mano de obra, equipos a ser utilizados.

Tesis

Tema: “creación de una productora de mermeladas, conservas, encurtidos envasados en vidrio en la ciudad de Milagro”

Autoras: Miriam Jahaira Hoyos Moreno & Jessenia Magdalena Villafuerte.

Año: 2010

Resumen: esta propuesta se dedica principalmente a la elaboración de mermeladas por lo que es útil para tomarla como referencia, ya que las maquinarias utilizadas y los procesos son similares.

2.1.3 Fundamentación

Cuadro 1. Clasificación Científica del mamey “Cartagena”

Reino:	✓	Plantee
División:	✓	Angiospermae
Clase:	✓	Magnoliopsida
Orden :	✓	Malpighiales
Familia:	✓	Clusiaceae
Subfamilia:	✓	Kielmeyeroideae
Tribu:	✓	Calophylleae
Género:	✓	<i>Mammea</i>
Especie:	✓	<i>M. americana</i>
Nombre binomial:	✓	<i>Mammea americana</i> L.

Mamey (*Mammea americana*)



Figura 1. Fruto de mamey “Cartagena”

El mamey “Cartagena” es una fruta conocida también como *Mammea americana* L., de la familia Guttiferae. También se le atribuye denominaciones en inglés como Mammee, Mammeeapple, St. Domingo apricot y South American apricot.

En Latinoamérica es conocida como mamey de Santo Domingo, mamey amarillo, mamey de Cartagena. En Brazil se lo denomina abricote, Abricó do Pará, Abricó Salvaje, o pecego de Sao Domingos. Y en Francia se lo conoce como abricot d 'Amerique, abricot des Antilles, abricotpays, abricot de Saint-Dominqueo abricotiersauvage.

Esta fruta muchas veces puede llegarse a confundir con el zapote o con el mamey colorado, ya que sus denominaciones en algunas partes de América latina casi están relacionadas, pero las diferencias están en su sabor, aroma, textura y consistencia.

El árbol del mamey “Cartagena” llega a medir de 60 a 70 pies de altura, aproximadamente de 18 a 21 metros de altura, su belleza es tan parecida como al árbol de magnolias, en algunos países lo utilizan como planta hornamental, para dar sombra.

Posee unas frondosas hojas de color verde de 20 cm de largo y 10 cm de ancho, sus flores poseen un olor muy agradable, frecuentemente constan de 4 a 6 pétalos de color blanco, con sus estambres y pistilos de color naranja, ambos de 2.5 a 4 cm de ancho.

Su fruto posee una apariencia semi redonda, en la parte superior consta de un tallo muy pequeño y grueso. La fruta oscila más o menos entre 10 a 20 cm de diámetro, es dura, pero cuando está madura se ablanda de manera ligera, su corteza es de color marrón, aproximadamente de 3 mm de espesor, de sabor amarga, en la parte inferior de la corteza o cascara, posee una membrana fina y gomosa, de color amarillento pálido, esta parte está bien adherida a la pulpa.

La pulpa del mamey Cartagena es de un olor y sabor extremadamente agradables y exquisitos, sobre todo cuando provienen de una cosecha exitosa, de un sabor semi acido, muy parecido al albaricoque y frambuesas rojas.

Existen también frutos de mala calidad provenientes de una pésima cosecha resultado de ello un sabor ácido y una fruta poco apetecible. El mamey es un fruto que por lo general nace en climas tropicales, en la parte central de América latina crece aproximadamente a unos 3300 pies a nivel del mar, que aproximadamente son 1000 m.

El árbol de mamey crece de manera buena en suelos profundos y húmedos, pero también se adaptan a terrenos superficiales. Básicamente el modo de difusión del mamey Cartagena es vía semillas, las cuales germinan en menos de dos meses.

En el Ecuador el tiempo de cosechar mamey “Cartagena” son los meses de Junio y Diciembre, que es donde su producción está en auge, un árbol puede producir hasta 200 frutos por cosecha, estamos hablando de 400 frutos anuales.

Podemos darnos cuenta que el fruto está totalmente maduro solo con raspar apenas su corteza y verificar si el color que está debajo de la raspadura es de color amarillento, si al contrario el color que resulta es verde, el fruto no debe ser recogido.

A demás se le debe de atribuir sus propiedades nutritivas y medicinales que son muy importantes.

El mamey Cartagena se lo usa en conservas, mermeladas, enlatados, ya que posee ingredientes que regulan el sistema digestivo, además de otorgarle al consumidor una gran satisfacción de sabor, gracias a lo delicioso que es.

Su valor nutricional

El mamey se disfruta en preparaciones donde la pulpa fresca o congelada se mezcla con ingredientes para hacer sorbetes o helados. Puede degustarse fresco, cortando la fruta sagitalmente y removiendo la semilla. El mamey es también bueno para hacer jaleas, pastas y conservas.

Cuadro 2. Valor alimenticio por 100 g de pulpa fresca

Calorías	44.5-45.3
Humedad	85.5-87.6 g
Proteína	0.470-0.088 g
Grasa	0.15-0.99 g
Carbohidratos totales	11.52-12.67 g
Fibra	0.80-1.07 g
Ceniza	0.17-0.29 g
Calcio	4.0-19.5 mg
Fósforo	7.8-14.5 mg
Hierro	0.15-2.51 mg
Vitamina A (β -Caroteno)	0.043-0.37 mg
Viamina	0.017-0.030 mg
Riboflavina	0.025-0.068 mg
Niacina	0.160-0.738 mg
Ácido ascórbico	10.2-22.0 mg
<i>Amino Ácidos:</i>	
Triptofano	5 mg
Metionina	5-6 mg
Lisina	14-35 mg

*Análisis hechos en Cuba y América Central.

A demás según investigaciones realizadas, es una fruta muy recomendada para la creación de conservas, ya que dura de dos a tres meses en descomponerse su pulpa y llegar a portar hongos dañinos para la salud.

Se dice que puede llegar a ser un sustituto del durazno por su casi similar aroma y sabor. La pulpa en muchos lugares como en las Bahamas se deja reposar en agua salada x unas horas para quitar el sabor amargo de su goma amarillenta que esta muy adherida a la pulpa de la fruta, en otro lugares se acostumbra a macerar la fruta con vino, dando como resultado un vino exquisito de un aroma y sabor muy agradables.

Su valor como medicina e insecticida

En muchos países se lo ha utilizado como insecticidas, ya que en su cascara posee ingredientes activos que combaten las plagas, no solo las plagas en las plantas, sino también en los animales.

Sirve para erradicar totalmente el problema de pulgas, garrapatas y sarna, en México y Jamaica se lo utiliza mezclando la goma amarillenta de su corteza con grasa para untar en los hongos de los pies. Así mismo tiene diferentes usos en distintas partes del mundo, otro ejemplo de ello es en la República del salvador, su goma amarillenta entre verdosa es utilizada en los corrales de las aves con el fin de eliminar los piojos.

Así también investigaciones como las hechas por la Estación Experimental Federal, Mayagüez en Puerto Rico, demostraron que de la semilla hecha polvo y mezclada con agua, a manera de infusión tiene un potente valor eficaz al igual que el DDT, probado obviamente en perros, la muerte de pulgas y garrapatas incluso tuvo una acción más rápida aun, que el mismo DDT.

En Ecuador se usa una infusión de la semilla para aplicarlo en perros con sarna, pero los perros no pueden presentar casos de úlcera, porque produciría su muerte. De igual manera el polvo extraído de sus hojas se aplican con la finalidad de combatir cierto tipo de gusanos.

En el caso de Venezuela las semillas del mamey “Cartagena” son utilizadas a manera de polvo en afecciones de la piel, en especial las de aspecto cutáneo. En Brasil, de la misma manera se utilizan las semillas molidas a diferencia que estas se mezclan con

agua caliente que se considera convulsivo, y se lo administra para los ancianos a manera de antihelmico.

En las Antillas francesas, un aromático licor llamado *Eau de Creole*, or *Creme de Creole*, se destila de las flores y se dice que actúa como un tónico o digestivo. Una infusión de las hojas frescas o secas (un puñado en una pinta [0,47 litros] de agua) se da dado por tazas en un plazo de varios días en los casos de fiebre intermitente y se afirma que han sido eficaces cuando ha fracasado la quinina.

Su madera

Hay lugares de América latina que protegen mucho el árbol de mamey “Cartagena” ya que la fruta es muy valorada y considerada dentro de la jurisdicción, como lo es el caso de cuba, México, Brasil, Colombia y Venezuela, ya que esos países gozan mucho de los beneficios que les otorga tanto el árbol como el fruto en sí.

También se utiliza su madera en la fabricación de muebles y adornos, ya que posee una madera pesada pero de grano fino muy fácil de pulir, y vistosamente resulta muy agradable, ya que es dueño de un color rojizo o purpura marrón.

De su pepa se extrae un aceite que sirve para combatir las termitas en los objetos de madera. Bueno ante todo, como es normal las plagas en las plantas, el mamey Cartagena es atacado por una plaga muy parecida a una avispa llamada *trigonaruficus*, que ataca directamente a sus hojas, ramas y flores y por ende a las hojas nacientes, pos el control de esta plaga se lo hace por medio de la aplicación de insecticida para combatirla y erradicarla, así mismo es atacado por otra plaga denominada coleóptero (*Costalimaita ferruginea*) que ataca el follaje causando daños de importancia económica.

Se puede sembrar hasta 145 plantas por cultivo, siendo muy bajo el porcentaje de perdida. De esta fruta también se puede realizar transplantes o injertos, con el fin de producir en menos tiempo y así cosechar de una manera más rápida, pero a pesar de que las frutas injertadas son grandes, vistosamente apetitosas pueden llegar a tener un

sabor insípido, ya que no poseen sus propiedades originales. El mamey Cartagena comúnmente se lo consume en forma natural, directa, en mermeladas, conservas, jugos y enlatados.

Su variedad

El modo de propagación del mamey “Cartagena” en centro América ha sido mediante semillas, la fruta tiene diferentes tamaños, formas y por supuesto la calidad, que depende de la manera como se trata el cultivo.

Clima

Los arboles de mamey “Cartagena” son muy vulnerables al frio, y siempre necesitan desarrollarse en climas tropicales, es por eso que crecen de preferencia en América latina. Los sembríos sufren mucho cuando el clima esta menos de 32° F (0° C). Los árboles que ya son adultos pueden resistir los 28° F (-2.2° C), durante muchas horas sin sufrir daños, pero es un hecho que mueren si la temperatura llega por debajo de 22° F (-5.6° C), durante un largo periodo.

Protección contra el frio.

En lugares de mucho frio como en Florida, protegen a los arboles con un sistema de irrigación, de 0.25 pulgadas, 0 (0.65 cm) de agua por hora y que tenga un patrón de solapamiento de al menos 70%. Los aspersores deben ser encendidos cuando la temperatura ambiente del aire esté 3 o 4 grados por encima del punto de congelación y mantenerse encendidos hasta que el hielo se haya derretido o cuando la temperatura haya alcanzado alrededor de 40° F (4.4° C). No se aconseja irrigar si las temperaturas bajas vienen acompañadas de vientos mayores de 5mph (8 kph).

Métodos de Propagación

Es una tarea difícil hacer producir el mamey de manera vegetativa, hay que prestar mucha atención en cada detalle al momento de su cultivo.

No se puede dejar que los arboles injertados vayan creciendo con las raíces enroscadas, ya que esto produciría que el proceso se torne lento y arroje una materia prima de mala calidad.

Una manera de solucionar esto sería transportando el injerto en caso de haberlo hacia una maceta muy grande a medida pues que el tamaño de la plantación aumenta.

Injerto

Planta de mamey sembrada a través de injerto



Figura 2. Planta injertada de mamey “Cartagena”

Como se ha venido mencionando, los injertos es una manera también de obtener mamey Cartagena, este es un proceso muy común, ya que en algunas partes donde se cultiva esta fruta demora mucho tiempo, para llegar a cosecharlos, para esto hay que tomar mucho en cuenta la época en que se quiere injertar los mameyes, y la preparación del esqueje.

La época propicia para injertar es cuando los días son cálidos y no existe mucha humedad.

Muchas de las personas que optan por el injerto lo hacen en los meses donde relativamente se da este tipo de clima, mientras otros optan por injertar todo el año confiando en sus métodos y en su experiencia.

Una adecuada preparación de los esquejes es de mucha ayuda para los injertadores novatos, La eliminación de las hojas, dejando una pequeña sección del pecíolo, estimulará el crecimiento de las yemas que se encuentran en las axilas. Una vez removido del árbol, se mantendrá el esqueje la capacidad de injerto durante un período de 5 a 7 días. Igualmente, el injerto debe realizarse lo más rápidamente posible.

El injerto estimular es un método alternativo cuya labor es producir yemas o esquejes que poseen enormes posibilidades de éxito en la producción de nuevos brotes mediante la poda de las ramas maduras. Esta poda estimula el crecimiento de numerosos y fuertes nuevos brotes laterales. Estos brotes son parecidos a las yemas jóvenes debido a su acelerado crecimiento y carencia de floración. Las últimas 8 a 12 pulgadas (20.3 a 30.5 cm) de estos brotes laterales recopilaran los mejores esquejes.

La eliminación de la yema apical del patrón dentro de las 24 a 48 horas previas al injerto aumenta las posibilidades de éxito del injerto durante las estaciones más cálidas y húmedas del año (primavera y verano).

Injerto lateral modificado

En esta fase los esquejes deben ser utilizados el mismo día del injerto, brotes en los cuales las yemas terminales se han endurecido y están comenzando a crecer. Si las yemas terminales no han obtenido la resistencia deseada, los esquejes pueden aun prepararse si se eliminan las yemas terminales y se espera a que las yemas laterales crezcan. Los esquejes deben poseer aproximadamente de 2 a 4 pulgadas (5.1 a 10.2 cm) de longitud. Para proceder con la labor de injertarlos, se procede a realizar un corte superficial de 4 a 6 pulgadas (10.2 a 15.2 cm) de amplitud en la capa de cambio del esqueje, asegúrese de no cortar la parte dura. Corte inclinadamente el lado opuesto del

esqueje. Realice un corte de similar longitud y diámetro en el patrón, a 4 u 8 pulgadas (10.2 a 15.2 cm) por encima de la línea del suelo.

Se deja una reducida porción de tejido en el corte del patrón para que cubra el corte oblicuo en el esqueje. Luego de que el esqueje y el modelo estén unidos, debe usar cinta de injerto (las de polietileno son las mejores) para envolver completamente al esqueje. Ponga la planta en un sitio donde tenga un 50% de sombra. Constantemente la unión de ambos tejidos se completará en 3 a 7 semanas, momento en que la cinta debe removerse gradualmente en aquellas yemas que hayan empezado a crecer. Luego de esta operación las plantas injertadas están listas para exponerse a mayor irradiación solar.

Injerto Púa

Hay que seleccionar como esquejes yemas terminales, es decir yemas no endurecidas que posean de 2 a 4 pulgadas (5.1 a 10.2 cm) de longitud. Para ejecutar el injerto, corte totalmente el tronco del patrón a 6 u 8 pulgadas (15.2 a 20.3 cm) por encima del suelo y haga un corte vertical de 1 a 2 pulgadas de longitud (2.5 a 5.1 cm), para dividir parcialmente el patrón en dos partes. Corte el extremo del esqueje en forma de cuña. Coloque la cuña en el interior del corte vertical en el patrón, igualando las dos capas de cambio. Envuelva el injerto con cinta.

Injerto por yemas

El mamey suele propagarse mediante injerto de astilla y de T, pero se requiere de un nivel de habilidad mucho mayor para lograr el éxito. Otro sistema utilizado para injertar árboles de edad con variedades más codiciadas es el injerto de corona en ramas mayores de una pulgada, aunque es difícil, no es imposible. Los árboles tienen que estar correctamente podados dejando sólo ramas principales a 3 ó 4 pies.

Las ramificaciones principales deben ser pintadas de blanco con una mezcla que contenga las mismas proporciones de agua y una pintura de látex soluble en agua. Esto

impedirá que el tronco y ramas desnudas sean quemadas por el sol. Otro método es esperar a que varios brotes hayan crecido, entonces se seleccionarán algunos de ellos para ser sometidos a injertos laterales con los esquejes de la variedad deseada.

Siembra y cuidados.

Por lo general el momento propicio para empezar el cultivo del mamey Cartagena es el tiempo donde empiezan las lluvias, el campo debe de ser saneado correctamente, asegurándose de que no existan malezas, ni ningún tropiezo que pueda dañar el cultivo del mamey Cartagena. El suelo debe ser prensado ligeramente alrededor de las raíces para desechar el aire. Los árboles deben irrigarse rápidamente después de la siembra. Los árboles jóvenes deben irrigarse regularmente. El control de malezas es esencial cuando los árboles son jóvenes. Se recomienda poner de 2 a 4 pulgadas (5.2 a 10.2 cm) de virutas de madera alrededor del árbol para mantener la humedad y reducir las malezas. Se recomienda que las malezas sean eliminadas con un herbicida aprobado.

Distancia y Poda

La separación entre los arboles debe ser muy prudente, ya que los arboles irán creciendo con el paso de los años y pueden sufrir daños. Sin embargo, si las distancias entre árboles son muy extensas, las primeras cosechas serán reducidas. Si las distancias son muy reducidas, el abarrotamiento puede ser un problema que acontece tempranamente y reduce grandemente las cosechas.

Cosecha

Debe ser debidamente cosechado una vez que haya madurado satisfactoriamente, requiere de mucha experiencia y táctica, para no dañar el fruto.

Se raspa la corteza y si esta de color amarillo a marrón esta lista para ser desprendida de su matriz y enviada directamente a sus puntos de utilización.

A nivel empresarial

En si para crear una empresa del tipo que sea se necesita planificar muy bien cada una de las estrategias para hacerla surgir, tomar en cuenta cada detalle que nos evite el futuro riesgo de pérdida, o mala imagen empresarial. El enfrentarse a nuevos retos económicos y empresariales hacen que todo proceso empresarial se valla modificando y mejorando día con día.

Toda empresa debe tener claramente definido sus objetivos, que es lo que va a realizar y hacia donde se quiere enfocar, esa es una parte muy fundamental. Así también son muy importantes los métodos, órganos y documentos necesarios para su realización.

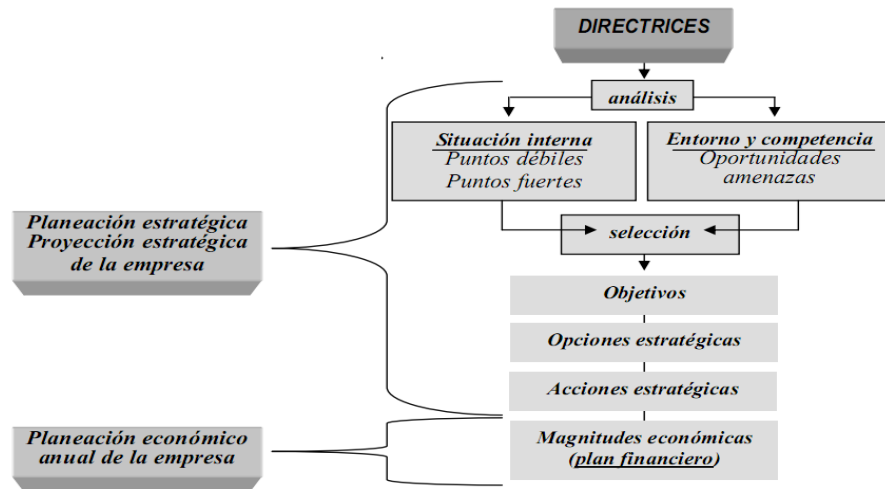
Funciones generales del proceso de Planificación Empresarial

Por lo general el proceso de planificación empresarial responde a un proceso sistematizado, que se caracterizan por una serie de trabajos que están interconectados entre sí, y concluyen en un plan financiero debidamente elaborado.

Todo Proceso de Planificación empresarial sigue una secuencia que se resume en lo siguiente:

- ✓ Hay que tener muy en cuenta las directrices y todas las indicaciones a considerar e implementar en el plan empresarial.
- ✓ Realizar un profundo análisis y diagnóstico de la situación actual y futura de la empresa.
- ✓ Tener muy en cuenta la correcta selección de los objetivos a mediano plazo.
- ✓ Definir de forma acertada las estrategias y actividades de la empresa.
- ✓ En base a todo lo antes mencionado se elabora el plan económico de la empresa.

Figura 3. Proyección estratégica de la empresa.



Fuente: Arráez, Freddy. El Análisis de Problemas en la planificación, Planificación Operativa. Tomado De: www.gepsea.org, 2003

Las Directrices

Son un conjunto de normas pre-establecidas, que toda empresa debe considerar al momento de elaborar un plan. Estas suelen estar relacionadas a los niveles de venta, ingresos, costos, utilidades y distribución.

Objetivos, tareas e importancia de la planificación empresarial

¿Qué es la planificación empresarial?

Se refiere a la organización de una actividad, resultado de un conjunto de decisiones, con miras al futuro pero con datos presentes, basados en la investigación. Es parte fundamental del proceso general de dirección, el cual se basa en cuatro factores fundamentales como lo son:

- ✓ Organización
- ✓ Planificación
- ✓ Dirección y
- ✓ Control

Entendiéndose como organización a la manera como agrupamos o enumeramos las distintas actividades a realizar en pro de la planificación empresarial, destacando sus funciones y relaciones jerárquicas.

Por su parte la Planificación consiste en la determinación de los objetivos que la empresa anhela, así mismo en la asignación de los recursos y medios para poder alcanzar dichos objetivos.

Se entiende por dirección al proceso de toma de decisiones, factor muy importante para cualquier actividad empresarial.

Y finalmente tenemos el control, que es comparar los resultados alcanzados con los objetivos que anhelamos alcanzar a fin de hacer cualquier arreglo si el caso lo amerita. Podemos observar que la planificación empresarial es fundamental para toda actividad social organizada, encaminada hacia un fin o meta, esta va a variar de acuerdo al tipo de actividad empresarial a la cual va a ser sometida.

Objetivos de la Planificación Empresarial

El objetivo central se resume en la elaboración de sistemas de planes económicos de la empresa, que nos garanticen unos niveles de actividad elevados, con una eficiente utilización de la capacidad productiva, así como también de los recursos materiales, financieros y laborales, que den respuesta a las políticas, estrategias y programas de desarrollo económico y social, tanto de la nación como de la empresa.

Tareas de La Planificación Empresarial

Esta cumple una serie de tareas que las desglosamos de esta manera:

✓ El perfeccionamiento de la planificación empresarial:

Esta incluye las tareas de primer orden, todo lo que tiene que ver con bases y fundamentos metodológicos, teóricos y organizativos, que se ajusten a las realidades del momento.

✓ **Preparación del plan:**

Incluye un sin número de tareas y cálculos, valoraciones y análisis, que hagan posible la definición de los objetivos del plan. Nos permite cuantificar los niveles de actividad y recursos necesarios con mucha eficiencia.

✓ **La elaboración de la propuesta del plan de la empresa**

Lleva consigo la planeación estratégica de la organización, de acuerdo a lo acordado en el cronograma de ejecución establecido.

✓ **Presentación de las defensas de las propuestas del plan de la empresa**

Esto se hace frente a los organismos superiores quienes revisaran detalladamente cada uno de los puntos tratados.

✓ **Desagregación del plan de la empresa una vez aprobado.**

Se asignan áreas de responsabilidad, y lapsos de tiempo, denominados planificación operativa.

✓ **Control de la ejecución del plan**

Corrección y análisis en base al cumplimiento del plan final.

✓ **Importancia de la planificación empresarial**

Es de mucha importancia ya que mediante la planificación empresarial nos damos cuenta a qué nivel se cumplen los objetivos, estrategias y programas. Al establecer bien los objetivos e ir alcanzándolos paulatinamente podemos demostrar eficacia en la gestión empresarial. Podemos observar las necesidades y canalizarla hacia los recursos disponibles, y la capacidad productiva, elevando niveles de empleo que favorece tanto a la nación como a la empresa en conjunto.

Etapa 3. Planificación (estratégica) orientada externamente: cuando se da el fracaso de la etapa dos ya sea por planes estratégicos ineficaces, la administración de alto nivel toma el proceso de planificación, y se da un inicio a la planificación estratégica.

En este caso la empresa lo que busca es orientarse a los cambios que sufre el mercado y la competencia y así responder de la mejor manera utilizando el pensamiento estratégico en beneficio de la empresa.

Etapa 4. Administración Estratégica: al llegar a la conclusión de que hasta los mejores planes estratégicos empresariales muchas veces son fallidos o resultan inútiles sin el compromiso y entrega de todos sus colaboradores, se empieza a crear estrategias nuevas y actividades estratégicas que permitan estabilizar y reponer el tiempo y parte del presupuesto destinado que se invirtió en las estrategias fallidas.

Las características principales y de mayor cuidado para no caer en un nuevo error, es el perfeccionamiento de la implementación, evaluación y control de las actividades.

Beneficios de la Administración Estratégica.

Las empresas que optan por implementar la administración estratégica logran mayor rendimiento que aquellas que no lo hacen, el lograr una concordancia entre el ambiente de la organización y sus estrategias, estructura y procesos, logran resultados positivos para la organización.

Básicamente se logra con esto:

- ✓ Un sentido más claro de la visión estratégica de la empresa.
- ✓ Un enfoque definido sobre lo que realmente es importante para la empresa.
- ✓ Mejor comprensión del ambiente rápidamente cambiante.

Comercio electrónico: es utilizado mediante el internet para hacer las transacciones comerciales, de esta manera hacerse conocer y promocionar el producto o servicio ofertado mediante las redes electrónicas, es una manera distinta de interactuar con los clientes y proveedores, el comercio electrónico también día a día sufre modificaciones para un mejor uso.

Desde que se lo empezó a utilizar ha sido de mucha ayuda para las empresas al momento de comercializar sus productos u ofrecer sus servicios, influyendo profundamente en las bases de la competencia.

El internet causa o acelera siete tendencias a nivel mundial:

1. Compromete a las empresas a transformarse en sí mismas, actualmente los clientes, proveedores y socios son una parte viviente de la realidad de las redes electrónicas.
2. Es un nuevo canal de acceso al mercado y al reconocimiento de su marca y producto.
3. La oportunidad de poder se enfoca al consumidor, ya que existe acceso ilimitado a la información a través del internet.
4. La competencia tiene un desafío al introducirse en el mundo electrónico está expuesto al cambio constante.
5. El ritmo y la facilidad para hacer negocios es extremadamente drástico por lo que negocios que demorarían meses en pactarse se lograría su acuerdo en muy poco tiempo reduciéndose a días nada más. Satisfaciendo la información y las expectativas tanto de clientes como de proveedores.
6. El internet impulsa a las empresas a salir de una manera tradicional de hacer negocios a una más sofisticada y eficiente manera de hacerlo.
7. El nivel de conocimiento se ha convertido en un activo clave y una fuente de ventaja competitiva para las empresas.

Modelo básico de administración estratégica:

Consta de cuatro elementos fundamentales:

- ✓ Análisis ambiental
- ✓ Formulación de la estrategia
- ✓ Implementación de la estrategia
- ✓ Evaluación y control

Análisis ambiental

Este análisis contiene el control, evaluación y propagación de la información interna y externa de la empresa. Su objetivo es identificar los factores estratégicos, es decir los elementos internos y externos que serán de ayuda para la empresa al momento de ser analizados.

Básicamente se resume en el análisis FODA, que es analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la empresa, y una vez detectadas se procede a crear estrategias para su correcta aplicación.

Formulación de la estrategia:

No es otra cosa que desarrollar los planes a largo plazo para darle eficazmente rienda a las oportunidades y amenazas con base a las fortalezas y debilidades.

Misión:

Este es el propósito o razón de ser que reflejan las empresas, expresa lo que la empresa ofrece a los consumidores, una misión bien establecida proyecta correctamente y deja en claro lo que es la empresa en sí y lo que la distingue de otra.

Objetivos:

Los objetivos son esenciales para el éxito de una empresa, y a la vez sirven de motivación para todos los que conforman la organización, ya que son propósitos a alcanzar que tiene la organización.

Mediante los objetivos enfocamos los esfuerzos de la empresa, hacia una misma dirección, son de importancia al momento de realizar estrategias o asignar los recursos, se crea una base al momento de la realización de las actividades.

Características de los objetivos:

Los objetivos deben ser:

- ✓ **Medibles:** estos objetivos deben ser cuantitativos y tener planteado un horizonte de tiempo pre establecido.

- ✓ **Claros:** deben de ser claros, precisos y concisos, para no dejar lugar a confusiones o malas interpretaciones.
- ✓ **Desafiantes:** ser tentadores pero a la vez realistas, básicamente tienen que significar un desafío o un reto empresarial, para toda la organización en su conjunto.
- ✓ **Alcanzables:** deben tomarse en cuenta la capacidad tecnológica, el personal, los recursos con que se cuentan y el presupuesto, es decir no excederse más allá de lo que aspiramos y tenemos en cuenta que se puede cumplir, tomando en cuenta el tiempo en que se pretenden cumplir.
- ✓ **Realistas:** hay que tener muy en cuenta el entorno en el que se desarrolla la empresa, no se pueden establecer objetivos poco realistas que no se van a cumplir, como por ejemplo aumentar el número de empleados de 10 a 100 en un mes.
- ✓ **Coherentes:** deben estar alineados y en concordancia con la misión, visión, valores, cultura organizacional entre otros, que posee la empresa y el entorno en el que se desarrolla.

Tipos de objetivos:

De acuerdo a su naturaleza se clasifican en:

- ✓ **Objetivo general:** tiene que ser cualitativo y terminal, es donde se vea reflejado de manera permanente el objetivo o meta central de la empresa.
- ✓ **Objetivos específicos:** son objetivos centrados creados para cumplir con el objetivo general de la empresa, se basan en la cantidad y el tiempo.

De acuerdo al horizonte de tiempo los objetivos se presentan en:

- ✓ **Objetivos a largo plazo (estratégicos):** se utilizan para encaminar a la empresa por lo general se hacen en un horizonte de tiempo de cinco años como máximo y tres años como mínimo, y desencadenan otra serie de objetivos tácticos.

- ✓ **Objetivos de mediano plazo (tácticos):** son objetivos hechos a nivel departamental o de área, y son realizados en función de los objetivos estratégicos por lo general se los crea a un año mínimo o tres años como máximo, cada objetivo táctico requiere de objetivos operacionales.

- ✓ **Objetivos de corto plazo (operacionales):** son de tipo operacional, se hacen en función de los objetivos tácticos y por lo general su horizonte de tiempo no es mayor a un año.

Ética empresarial: es una parte fundamental de la ética, apegada al mundo de los negocios, y que se debe de aplicar para lograr una buena imagen y representación de la empresa.

Se presenta en la gestión empresarial, en la toma de decisiones, en la conducta del mercado, hay que tener bien en cuenta y claros los principios morales, para así poder desarrollarse en el mundo empresarial de manera ética y actuando siempre con profesionalismo, esto es de mucha ayuda para mantenerse en el mercado que cada día exige más cambios.

Fomento del comportamiento ético: según Carroll, si las personas de negocios no actúan en forma ética, el gobierno se verá obligado a aprobar leyes que regulen sus acciones, las cuales generalmente aumentan sus costos.

Por interés propio, si no es que por otra razón, los administradores deben ser más éticos en su toma de decisiones. Una forma de lograr este objetivo es mediante la elaboración de códigos de ética, otra es proporcionar directrices para el comportamiento ético.

Códigos de ética: en el código de ética se detalla todo lo que la organización espera de sus empleados, mientras se están desarrollando en el ámbito laboral, es una herramienta necesaria para que los empleados se desarrollen de una manera ética y profesional al momento de realizar sus labores empresariales y así dejar en alto el nombre de la empresa a la que representan.

Directrices para el comportamiento ético:

Enfoque utilitario: cada acción o plan debe de ser tratado de acuerdo a sus consecuencias, es por esto que se exige el compromiso y la ética al momento de realizar las actividades o labores dentro de la empresa.

Enfoque de los derechos individuales: todo ser humano posee derechos que deben ser respetados por las instituciones.

Enfoque de la justicia: cada representante administrativo debe actuar siempre con equidad, siempre siendo imparciales al momento de distribuir los costos y beneficios a cada individuo o grupo.

A nivel técnico

La parte técnica en una empresa, es importante para determinar la capacidad eficiente y eficaz de un proyecto con los recursos disponibles para alcanzar el bien o servicio deseado.

Para ello se deben de analizar rutas o alternativas que pueden relacionarse con los factores productivos. El estudio técnico tiene que ir de manera sistemática con el resto de estudios, el estudio de mercado ayuda a definir las variables relacionadas a las características del producto.

Hay que tener muy en cuenta el estudio legal, ya que es el que nos señalara ciertas restricciones que puede tener nuestro proyecto, las cuales podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. Por decir si se va a fabricar alimentos, el

lugar tiene que estar acondicionado, parte de ello la calidad en el agua que va a ser utilizada.

El estudio financiero es otra parte muy importante, ya que mediante el, podemos observar si se cuenta o no con los recursos económicos suficientes, y así poder adquirir tecnología adecuada. Esta tecnología tendrá que estar al alcance de los recursos económicos disponibles, es por esto que el estudio financiero se debe de hacer de la mejor manera posible.

Proceso de Producción.

Aquí se define los insumos necesarios que se transforman en productos a través de la tecnología requerida, se hace una combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación). Estos procesos productivos se dan de acuerdo al flujo productivo o al tipo de producto. Por lo general cuando se da de acuerdo al flujo es porque el producto es relativamente estable a través del tiempo, y pues están destinados hacia un gran mercado, generándose así grandes cantidades de existencias.

Y cuando se dan según el tipo de producto, el proceso productivo se da en función de los bienes que se va a producir. Muchas veces un mismo producto requiere de más de un proceso productivo, así que es muy importante analizarlo, para que no incurra la fabricación de dicho producto en elevados costos de producción.

Clasificación de los procesos y características:

Proceso lineal o por producto: esta parte indica todo lo que se requiere para la fabricación de un producto, materia prima, la mano de obra adquiere mucha experiencia ya que su trabajo se convierte cotidiano, logrando obtener niveles asombrosos de eficiencia.

Se dedica a mantener funcionando todas las operaciones de la línea, a través de un correcto mantenimiento a los equipos y maquinarias, evitando que se postergue la

producción por alguna averiación que sufran los equipos provocando pérdida de tiempo y recursos para la empresa.

Es necesario reclutar al personal idóneo y capacitarlo adecuadamente, para que rindan al 100% al momento de realizar su labor, y así obtener excelentes resultados de producción.

Proceso intermitente: se refiere a la manera en cómo está la ubicación de la maquinaria y al o los departamentos al que tiene que rendir cuentas y mostrar resultados, el producir no tiene un proceso de flujo estándar, es decir no necesariamente tiene que pertenecer a todos los departamentos.

Es de mucha exigencia el control en todos los departamentos y áreas que posee la empresa y sobre todo el departamento de producción.

Los procesos de fabricación: estos se clasifican en seis procesos que son los siguientes:

- ✓ **Procesos de manipulación:** se dan frecuentemente en la industria alimentaria, y se da por la manipulación de la materia prima por parte del personal reclutado para la producción de los productos.
- ✓ **Procesos de almacenamiento:** este tipo de procesos se aplica al momento en que se va a almacenar la materia prima, para luego ser transformada en producto final.
- ✓ **Procesos de extracción:** este proceso se da cuando se va a extraer la pulpa o huesos y líquidos, que son utilizados como materia prima.
- ✓ **Procesos de elaboración:** estos procesos se dedica a transformar la materia prima en un producto transformado y terminado, siempre buscando la preservación y conservación del alimento.

- ✓ **Procesos de conservación:** son procesos de mucha importancia al momento de elaborar un producto , ya que de su buen desempeño y empleo se consigue un producto terminado de alta calidad, confiable para el consumo, fuera de elementos microbianos que afecten la salud de los consumidores.
- ✓ **Procesos de envasado:** estos procesos son de mucha importancia al momento d ser aplicados ya que de ellos depende que no se filtre aire al producto que pueda alterar su sabor, aroma o consistencia, y ser dañinos al momento de consumirlos.

Calidad en la producción: tiene como finalidad entregar un producto final en perfecto estado a los consumidores, el proceso por el cual atraviesa la materia prima hasta su transformación debe ser aplicado adecuadamente para garantizar la calidad del producto, minimizando costos y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Planificación del control de la calidad en la producción:

Es una de las actividades más relevantes en la cual se establece:

- ✓ Procesos que se deben seguir para conseguir productos de calidad.
- ✓ Los requisitos que se necesitan para corroborar que el producto sea de calidad.
- ✓ Los medios necesarios que comprueben la correcta elaboración de los productos.
- ✓ La manera de llevar el control de las actividades y así tomar medidas correctivas en caso de ser necesarias.
- ✓ Entrenar y capacitar correctamente al personal elegido.
- ✓ Supervisiones y evaluaciones periódicas que garanticen el desempeño correcto de las actividades.

Verificación de los productos:

Para lograr esto se requiere de tres pasos fundamentales:

- ✓ Revisión de la entrada de los materiales.
- ✓ Revisión durante el proceso de elaboración o transformación del producto.
- ✓ Revisión cautelosa del producto terminado.

Efectos Económicos de la Ingeniería.

Obviamente la cuantía de la inversión, los costos y diseños del proyecto, dependerá del tipo de tecnología y proceso productivo que se vayan a implementar, y pues de este también dependerán la calidad de la maquinaria, cantidad de equipos, herramientas, vehículos y otras inversiones que por lo general dependen del proceso productivo.

Tecnología: es una serie de procesos técnicos avanzados, agrupados y ordenados de manera científica, para así crear bienes y servicios de buena calidad, optimizando tiempo y recursos.

Tecnología industrial: es un factor decisivo en la competitividad industrial, contando con tecnología apropiada y adecuada se puede lograr un producto terminado de alta calidad, aumentando así su productividad y de esta manera lograr sostenibilidad.

El Análisis de las Inversiones en Obras Físicas.

Aquí también incurre el tipo de proceso productivo, ya que la superficie o espacio para montar el proyecto dependerá del espacio físico que ocupan los equipos productivos. Cabe tener muy presente posibles ampliaciones futuras que se le pueda presentar a la capacidad productiva.

Así también la distribución en la planta debe evitar flujos innecesarios de materiales, productos en proceso o terminados, personal, etc. En la definición y tamaño del terreno se deben considerar aspectos como, departamentos, bodegas, vías de acceso, estacionamiento, áreas verdes,, son factores determinantes. Deben considerarse alternativas reales ya que la obra física influye en el proceso de flujo de caja de un proyecto, ya que determinara cuanto incurre económicamente la construcción de la obra.

Balance de obras físicas: aquí se detallan los equipos, maquinarias e instalaciones, tomando en cuenta el espacio que ocupara cada uno de los antes mencionados.

El espacio requerido se fundamenta en la distribución correcta de los equipos y demás activos fijos que se necesitan para la implementación de una empresa. Se especifica y

detalla cada etapa de construcción, los materiales que se requieren para construir, y factores externos en caso de haberlos, como construcción de vías, caminos, reparación de carretera, etc.

De acuerdo con el nivel de actividades y la tecnología requerida, se proyecta el nivel de inversión que se requiere para la correcta distribución e implementación del espacio físico destinado para la empresa.

Inversiones y costos: estos son componentes básicos del flujo de caja, donde se ve reflejada la rentabilidad. Para tener un control de inversiones y costos es necesario tener un calendario de inversiones, luego un programa de costos operacionales, donde quedarán establecidos los parámetros que conduzcan todo lo que se necesita para implementar una planta o empresa y procesar un producto.

Calendario de inversiones: aquí se muestran todos los tipos de inversiones que se van a realizar en un proyecto.

Un tipo de inversión que se implica dentro de este calendario, es el tiempo destinado a la construcción de la obra física, en segundo lugar está el tiempo requerido para comprar los equipos y maquinarias necesarios para la producción, así como también las instalaciones de las oficinas administrativas y técnicas dentro de la empresa, la negociación con los proveedores, etc.

Se determinará si el edificio destinado para su funcionamiento se lo hará de manera arrendataria o por construcción.

Creación de flujos de caja: este es un método para llevar el control de las inversiones. La estructura de un flujo de caja consta de los siguientes pasos:

Paso 1. Detallar todos aquellos ingresos y egresos que afecten la utilidad e incluso a los impuestos.

Paso 2. Incluir gastos que reducen la utilidad, estos gastos precisamente no pertenecen al flujo de caja, son gastos externos.

Paso 3. Aplicar los impuestos sobre las utilidades.

Paso 4. Desaparecer variables que no son parte del flujo de caja.

Paso 5. Incluir todos los costos y beneficios que no están sujetos a impuestos.

Inversiones en equipamiento

Se entiende por inversiones en equipamiento toda inversión que de paso a la operación normal de la planta perteneciente a la empresa creada mediante el proyecto. Es decir todo lo que tiene que ver, con vehículo, maquinarias, mobiliario, equipos, así como la inversión en obra física repercute económicamente en nuestro proyecto. De igual forma lo va a ser la inversión en equipamiento.

La información será manejada, mediante balances de equipos, es decir cada equipo o maquinaria adquirida tendrá su propio registro y control, mediante estos balances particulares, la importancia de esto radica en que de cada uno se tomara información que ayudara en el flujo de caja de efectivo del proyecto, acerca de la inversión, reinversión y venta de maquinarias reemplazadas según sea el caso

.

Valorización de las inversiones en obras físicas

Para determinar la cuantía en el costo de la inversión, deberán analizarse en el estudio de pre factibilidad detalles desde el costo de metro cuadrado de la construcción, ya en el estudio de factibilidad se debe de perfeccionar la información mediante estudios complementarios de la ingeniería técnica, que den una apreciación exacta de las necesidades de los recursos financieros en la inversión del proyecto.

Así mismo existe un balance de obras físicas que contienen los ítems que determinan la inversión del proyecto.

Balance de personal.

El costo de la mano de obra es una parte muy fundamental dentro de los costos de operación de un proyecto. Todo esto dependerá del grado en que una maquinaria necesite que la operen o también del grado de capacidad y conocimiento que requerimos del personal solicitado, la situación del mercado, las leyes laborales, etc.

Este estudio requiere de la cuantificación e identificación del personal que se necesitara en la operación para poder determinar el costo de las remuneraciones por periodos. Es importante definir la mano de obra directa que trabajara directamente con el producto a elaborar, es decir que formara parte de su fabricación, la mano de obra indirecta que presta servicios complementarios, como por ejemplo mantenimiento de la maquinaria.

La remuneración es importante calcularse en base al promedio del mercado laboral vigente y en base a variaciones futuras en el costo de la mano de obra. La elaboración del balance del personal permite coordinar todo en cuanto de se refiere a la mano de obra y al monto de la remuneración del periodo.

Estudio de mercado: aquí se define cada uno de los agentes que intervendrán en la realización, y segmentación de un producto, sin dejar de lado la capacidad y acogida que puede denotar la idea dependiendo de los gustos y preferencias de la muestra tomada para ser analizada.

Etapas del estudio de mercado:

Análisis histórico: permite evaluar decisiones pasadas, revisar datos estadísticos, archivos, que puedan servir de ayuda al momento de querer proyectar un producto o aumentar su demanda mediante una excelente oferta.

Análisis de la situación vigente: esta parte es la menos relevante del estudio de mercado ya que el mercado sufre cambios continuos y puede servir solo para el corto plazo, o para decidir de manera momentánea ante una situación inesperada.

El estudio de la situación futura: es la parte más relevante del estudio de mercado, y para ser realizada se toma como base las dos etapas anteriores, ya que mediante ellas podemos hacer proyecciones futuras.

Este estudio es muy importante para planificar y proyectar todos los mercados, tomando en cuenta que el consumidor y su opinión es la parte fundamental del éxito que pueda tener un producto.

El consumidor: es aquel agente que posee necesidades las cuales busca satisfacerla, convirtiéndose en un demandante, esas necesidades son satisfechas por un ofertante, pactando o negociando dentro del mercado, fluctuando así unidades monetarias que se convierten en rentabilidad e ingresos para las familias productoras.

Aspectos subculturales de los consumidores: estos aspectos le permiten al marketing de una manera más fácil llegar a la adecuada segmentación del mercado, para así poder llegar y cubrir las necesidades de los consumidores.

La subcultura no es otra cosa que un grupo de personas que se identifican y se familiarizan por gustos y preferencias similares, esto es más apegado a raza, religión, cultura y tradición.

Subcultura étnica: las personas pertenecientes a esta subcultura tienden a compartir gustos similares, se apegan más a sus creencias, ancestros, orígenes.

Subcultura de los jóvenes: este es un tipo de subcultura donde el consumo es primordial, el mercado juvenil es muy exigente y demandante, siempre y cuando sepan llegar a ellos con productos o servicios que sean de su atención y agrado.

Para crear y obtener éxito en el mercado juvenil es necesario tener en claro lo siguiente:

- ✓ No hacer sentir a los jóvenes menospreciados.
- ✓ Actuar con sinceridad y brindarles confianza incondicional al momento de ofrecerles un producto.
- ✓ Darles el mérito siempre a los jóvenes al momento de crear algo nuevo.
- ✓ Ofrecerles productos acorde a su personalidad

Subcultura de las personas de edad avanzada: esta subcultura contiene ciertas características desfavorables:

- ✓ Las personas son conservadoras.
- ✓ No poseen muchos ingresos.
- ✓ Fallos en sus facultades mentales
- ✓ Su salud presenta cambios
- ✓ Se mantienen aislados

Una buena manera de promocionar un producto o servicio y que sirva para todo el público es:

- ✓ Ofreciendo un producto apegado a lo familiar.
- ✓ Que sea sencillo

Clase social: esta se apega a fundamentos como nivel de ingreso, ubicación de su domicilio, procedencia, educación y ocupación.

Por lo general la clase social se divide en cinco grupos que son:

- ✓ Alta
- ✓ Media alta
- ✓ Media
- ✓ Baja
- ✓ Media baja

El perfil de cada una de estas clases muestra un comportamiento, estilo de vida, hábitos, ocupaciones y costumbres distintas.

Factores sociales en el comportamiento del consumidor: estos factores son divididos en los siguientes grupos:

Grupo primario: es aquel grupo que se relaciona personalmente, hace alusión a las relaciones interpersonales entre familiares, amigos, etc.

Grupo secundario: no tiene nada que ver con el grupo primario, y hace referencia más bien a las relaciones formales como por ejemplo las políticas, asociaciones de ayuda, etc.

Grupos de referencia: este es el grupo al que todos quieren pertenecer, es el grupo estrella, el patrón a seguir, influyen mucho en la compra al momento de elegir un bien o un servicio.

Lo más destacado de estos grupos y estudiado por el marketing es:

Las personalidades que hacen referencia a la persona común y corriente y las celebridades, las empresas las toman como ejemplo para que den el testimonio al utilizar un producto y de esta manera introducir el producto o servicio ofrecido en la mente del consumidor.

Factores personales de influencia de la conducta del consumidor:

Estas se clasifican en:

Psicológicas: en esta se encuentra la personalidad, que es la manera o patrón de conducta que sigue cada individuo y que lo define interiormente.

La personalidad se utiliza para estudiar cómo se presentan las necesidades y gustos de los consumidores, ya que la personalidad indica los gustos, preferencias, tipo de ropa que utilizan, etc.

Esta también el auto-concepto que no es otra cosa que lo que el consumidor piensa sobre lo que los demás opinan de ellos, y esto es importante para el marketing ya que las personas según lo que consuman se describen así mismas.

La motivación también es considerada parte fundamental, es necesario conocer lo que motiva al consumidor a elegir determinado producto, pensando siempre en satisfacer dichas necesidades.

Es importante tomar en cuenta a la familia, ya que dentro de ella se desencadena una serie de consumos individuales que son satisfechos de acuerdo a su importancia, el mercado siempre se tiene que anticipar a dichas necesidades, ya que son una parte importante a la hora de consumir determinado producto o servicio.

La percepción no se hace esperar ya que todo ser humano consume lo que percibe que es bueno para él, por lo general las personas perciben las cosas que necesitan rechazando las que consideran poco necesarias.

Atención al cliente:

La atención al cliente es una de las partes fundamentales de toda empresa dedicada al ofertamiento de productos o servicios, es la manera de llegar al cliente y hacerlo sentir parte importante de la empresa, despejando cualquier duda o inquietud que tenga sobre lo ofrecido por la empresa, brindándole un ambiente y un trato acorde a sus dudas e inquietudes.

La atención al cliente consta de tres puntos importantes los cuales son:

- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Satisfacción del cliente
- ✓ Calidad en el servicio

Una de las partes más importantes de la atención al cliente es la comunicación, ya que es la base fundamental para crear relaciones.

Existen dos clases de comunicación como lo son la verbal y la no verbal.

Comunicación verbal: deben ser utilizadas palabras coherentes, entendibles y amables hacia la persona que se dirige, haciéndole entendible el mensaje, se debe tener muy en cuenta los siguientes puntos:

La calidad de la voz: evitar en lo más posible una voz chillona o distorsionada que provoque molestias en los clientes, al contrario se debe mostrar una voz dulce, pasiva, serena, pero totalmente segura de lo que se está diciendo u ofreciendo.

Volumen o intensidad en la voz: al tener una voz muy fuerte se puede denotar enojo por parte del emisor, por eso es recomendable tener una voz muy graduada al momento de expresarse, para hacer más acorde y ameno el momento.

El acento: debe ser utilizado correctamente, para poder expresarse con claridad.

Tono y entonación: es necesario conocer exactamente el momento de hacer énfasis en las palabras para que no se produzcan malos entendidos o incomodidad. No es aconsejable una conversación con una entonación plana, hay momentos que requieren de mayor entonación dejando a un lado la vulgaridad al momento de subir de tonos ciertas palabras.

La dicción, pronunciación y fluidez: es necesario expresarse correctamente, acentuando bien las palabras, pronunciándolas de la manera debida y evitar las molestas muletillas, que pueden causar incomodidad.

Velocidad en la pronunciación: hablar con la velocidad adecuada hace que sea más entendible el tema a tratar.

Tiempo de habla: es importante no hacer muy extenso un tema, ya que puede resultar tedioso tanto para el emisor como para el receptor, es mejor que cada uno exprese un 50 % de tiempo estimado cada uno, tampoco es aconsejable obligar al cliente a hablar en caso de que no lo desee.

El uso del lenguaje: es necesario utilizar un lenguaje libre de vulgarismos, poniéndose a la altura del cliente sin sentirse superior a él.

Saber escuchar: es imprescindible escuchar para formar un clima lleno de confianza, el éxito no está en oír y callar, sino en decir y escuchar lo necesario, manteniendo la línea de la conversación.

Las interferencias: hay que evitar interferencias y distracciones al momento de la conversa en lo más posible, para hacer más amena y entendible la exposición.

Comunicación no verbal: este tipo de comunicación también es conocida como lenguaje no verbal, este tipo de conversa no solo es con palabras sino con el lenguaje apropiado que genera el cuerpo cuando gesticulan palabras, por medio de este lenguaje se expresan sentimientos y emociones que deben ser transmitidos adecuadamente para su correcta recepción.

Este tipo de mensajes cumplen las siguientes funciones:

Se reemplaza palabras por gestos.

Se expresa con el cuerpo las palabras que se dicen como un adiós.

Enfatizar el mensaje verbal.

Controla la conversación, con una mirada se puede tomar el rumbo de la conversación.

2.2 ASPECTO LEGAL.

Ley de compañías

Es el ordenamiento jurídico principal que regula a las sociedades mercantiles y cuya normativa define a la compañía como el “contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”.

De la compañía anónima

1. concepto, características, 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.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía pre existente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

De la fundación de la compañía

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

- 1.- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- 2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3.- El objeto social, debidamente concretado;
- 4.- Su denominación y duración;
- 5.- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7.- El domicilio de la compañía;
- 8.- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- 9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10.- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

11.- Las normas de reparto de utilidades;

12.- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.

La Superintendencia la aprobará, si se hubiere cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

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. La escritura contendrá además:

- 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.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- ✓ Presentar el documento original del registro de la sociedad.
- ✓ Copia de planillas en la que 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 registro único de contribuyente no tienen ningún costo monetario.
- ✓ El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matriculas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, etc.

Información que consta en el RUC

En el RUC se registra un cúmulo de información relativa al contribuyente, entre la que se destaca: su identificación, sus características fundamentales, la dirección y ubicación de los establecimientos donde realiza su actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo y las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas.

Estructura del número de RUC

El RUC contiene una estructura que es validada por los sistemas del SRI y de otras entidades que utilizan este número para diferentes procesos, para conocer el detalle de dicha validación por favor acceda al siguiente documento.

¿Quiénes y cuándo deben inscribirse en el RUC?

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Se puede obtener el RUC en cualquier oficina del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional.

Permisos municipales

Patentes municipales¹

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

¿Cómo obtener?

A partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva:

Existen tres clases de personería:

- ✓ Patente personas naturales
- ✓ Patente Jurídica nueva (empresa en constitución)
- ✓ Patente jurídica antigua.(1.5 x 1000 a los activos totales Administración Sur)

Patentes personas naturales

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- ✓ Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- ✓ Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.

¹Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386.

Código Municipal III. 33 al III. 46 (R.O. 310 del 98-05-05) Capítulo III, Tit I, Libro III.

- ✓ Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- ✓ Copia de carta de pago de impuesto predial.

Patente jurídica nueva

Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- ✓ Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- ✓ Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.45
- ✓ Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ Dirección donde funciona la misma.

Patente jurídica antigua

Para obtener este documento se debe cancelar las obligaciones del 2 al 31 de enero de cada año.

Para declarar el impuesto del 1.5 x 1000, sobre los activos totales:

- ✓ Los balances y declaraciones en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías y/o Ministerio de Finanzas.
- ✓ La declaración del impuesto del 1.5 x 1000, sobre activos totales presentada al Municipio. El formulario correspondiente puede adquirirlo en recaudaciones.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado.
- ✓ Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ Copia del carnet del contador, actualizado.
- ✓ Copia de la Carta de pago del 1.5 x 1000, del año anterior.

¿Cuánto demora el trámite?

Este documento es despachado de inmediato.

Todo documento deberá ser original o copia.

Permisos Cuerpo de Bomberos

Requisitos para obtener permisos de funcionamiento de locales comerciales

- ✓ Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- ✓ Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- ✓ Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- ✓ El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

Código de la Producción

- ✓ Art. 1.- **Ámbito.**- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.
- ✓ El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.
- ✓ De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.
- ✓ Art. 2.- **Actividad Productiva.**- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

- ✓ Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.
- ✓ Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.
- ✓ Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:
- ✓ a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;
- ✓ b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- ✓ c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- ✓ d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- ✓ e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- ✓ f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- ✓ g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- ✓ h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;

- ✓ i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- ✓ j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- ✓ k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
- ✓ l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- ✓ m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- ✓ n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- ✓ o. Fomentar y diversificar las exportaciones;
- ✓ p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- ✓ q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- ✓ r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- ✓ s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- ✓ t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.
- ✓ Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el

patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

- ✓ Art. 19.- Derechos de los inversionistas.-
- ✓ Se reconocen los siguientes derechos a los inversionistas:
- ✓ a. La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley;
- ✓ b. El acceso a los procedimientos administrativos y acciones de control que establezca el Estado para evitar cualquier práctica especulativa o de monopolio u oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal;
- ✓ c. La libertad de importación y exportación de bienes y servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente y de acuerdo a lo que establecen los convenios internacionales de los que Ecuador forma parte.

Reglamento de Registro y Control Sanitario

- ✓ Art. 1.- Obligatoriedad del Registro Sanitario.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, en adelante denominados productos, que se expendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica y nombres o designaciones determinadas, deberán obtener el Registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente reglamento.
- ✓ Art. 2 Competencias.- El Ministerio de Salud Pública, por intermedio de sus subsecretarías, Direcciones Provinciales y del Instituto Nacional de Higiene y medicina tropical Leopoldo Izquieta Pérez, en los lugares en los cuales estos estén funcionando son los organismos de otorgar, mantener, suspender y cancelar el registro sanitario y disponer su reinscripción.
- ✓ Art. 4 Antecedentes para obtener el Registro Sanitario.- El Registro Sanitario para productos podrá obtenerse sobre la base de uno de los siguientes antecedentes, según el caso.

- ✓ a.- Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el sistema ecuatoriano de metrología, normalización, acreditación y certificación.
- ✓ b.- Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufacturas para la planta procesadora; y,
- ✓ c.- Homologación de documentos otorgados por una autoridad competente de otro estado o por una organización especializada determinada conforme al presente reglamento.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Angiospermae

El proceso de la fecundación se inicia con la germinación del grano de polen sobre el estigma, desarrollando el tubo polínico. La relación del tubo polínico con la intina no ha sido totalmente aclarada: con microscopio óptico, el tubo parece empujar a los lados la capa de intina que hay en la abertura; con microscopio electrónico la intina se ve continua con la pared del tubo.

Actividad Empresarial

Es el régimen conforme al cual pueden pagar sus impuestos todas las personas físicas que se dediquen a actividades ganaderas, industriales, comerciales, etc.

Asignación de recursos

El asunto de la asignación de recursos, se origina de como las sociedades buscan balancear los recursos limitados como el capital, el trabajo y la tierra, frente a las diversas e ilimitadas necesidades de sus integrantes. Los mecanismos de asignación de recursos abarcan el sistema de precios en las economías de libre mercado y la planeación gubernamental, ya sea en las economías operadas por el estado o en el sector público de economías mixtas.

Capacidad Productiva

Máxima capacidad de producto o servicio que puede ser obtenido en un tiempo productivo determinado.

Calophylleae

Es una gran tribu de planta tropical de la subfamilia Kielmeyeroideae.

Costos de Operación

Valoración monetaria de la suma de recursos destinados a la administración, operación y funcionamiento de un organismo, empresa o entidad pública.

Directrices

Norma o conjunto de normas e instrucciones que dirigen, guían u orientan una acción, una cosa o a una persona.

Eficacia

Mide los resultados alcanzados en función de los objetivos que se han propuesto, presuponiendo que esos objetivos se mantienen alineados con la visión que se ha definido.

Eficiencia

Consiste en la medición de los esfuerzos que se requieren para alcanzar los objetivos.

Esqueje

Gajos son fragmentos de plantas separados con una finalidad reproductiva. Pueden cortarse fragmentos de tallo e introducirlos en la tierra, para producir raíces.

Factores Productivos

Son los responsables de la producción de los bienes y servicios que permiten satisfacer las necesidades. Son aquellos que al ser combinados por las empresas agregan valor para la elaboración de bienes. Son los insumos que hacen funcionar el sistema

económico, y se originan en el trabajo e inteligencia del hombre, en la naturaleza, o en ambos.

Flujo Productivo

Sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.

Injerto

Es un método de propagación vegetativa artificial de los vegetales en el que una porción de tejido procedente de una planta —la *variedad* o injerto propiamente dicho— se une sobre otra ya asentada —el *patrón*, *porta injerto* o *pie*—, de tal modo que el conjunto de ambos crezca como un solo organismo. El injerto se emplea sobre todo para propagar vegetales leñosos de uso comercial, sean frutales u ornamentales.

Irrigarse

Regar un terreno.

Kielmeyeroideae

Es una subfamilia de plantas perteneciente a la familia Clusiaceae.

Las clusiáceas (Clusiaceae)

También llamadas gutíferas (**Guttiferae**), son una familia de plantas que comprende unas 1200 especies en una serie de géneros. Son por lo general árboles o arbustos, con savia lechosa y frutos en forma de cápsula.

Las Malpighiales

Son un orden extenso de plantas, incluidas dentro del grupo denominado rósidas por el grupo para la clasificación filogenética APG. Su sistemática interna está aún por determinar.

Maceración

Es un proceso de extracción sólido-líquido. El producto sólido (materia prima) posee una serie de compuestos solubles en el líquido extractante que son los que se pretende extraer.

Magnoliopsida

es un taxón de plantas que fue utilizado en sistemas de clasificación muy populares como, cuya circunscripción (esto es, de qué organismos está compuesto el taxón) coincide con la circunscripción de las **dicotiledóneas** (llamadas así por tener típicamente durante las primeras etapas del desarrollo dos cotiledones, llamadas **Dicotyledoneae** en sistemas de clasificación como el de Engler), nombre que por lo tanto es un sinónimo de este taxón.

Mamey Cartagena

Se identifica como *Mammea americana* L. de la familia Clusiaceae (o Guttiferae). Es un árbol perennifolio que se cultiva a través de la región tropical debido a su fruta de gran sabor. El árbol es también una especie ornamental atractiva y produce una madera dura y muy bella.

Nebulizador Intermitente

Aparato que se emplea para pulverizar el agua en gotas muy finas.

Oblicuo

Que está en una posición media entre la vertical y la horizontal

Planificación Operativa

De los productos a las operaciones Las acciones de una operación emplean una variedad de recursos escasos para (en forma combinada) gestar un determinado producto que impacta sobre los resultados del plan un proceso mediante el cual se transforman recursos en productos.

Plan Económico.

Se encarga de la gestión de la actividad económica de una empresa, un sector o una región.

Plantee

Proviene (del latín: "*plantae*", plantas) es el nombre de un taxón ubicado en la categoría taxonómica de Reino, cuya circunscripción (esto es, de qué organismos está compuesto el taxón) varía según el sistema de clasificación empleado.

En su circunscripción más amplia coincide con el objeto de estudio de la ciencia de la Botánica, e incluye a muchos clados de organismos lejanamente emparentados, que pueden agruparse en cianobacterias, hongos, algas y plantas terrestres, organismos que casi no poseen ningún carácter en común salvo por el hecho de poseer cloroplastos (o de ser el ancestro de un cloroplasto, en el caso de las cianobacterias) o de no poseer movilidad (en el caso de los hongos).

Pecíolo

Especie de rabito en la parte inferior de la hoja la cual se une al tallo.

Polietileno

Es uno de los plásticos más comunes, debido a su alta producción mundial (aproximadamente 60 millones de toneladas anuales alrededor del mundo) y a su bajo precio.

Yemas

Es un órgano complejo de los vegetales que se forma habitualmente en la axila de las hojas formado por un meristemo apical, (células con capacidad de división), a modo de botón escamoso (catáfilos) que darán lugar a hojas (foliíferas) y flores (floríferas).

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El bajo nivel de consumo del mamey "Cartagena " ocasiona un bajo nivel de su producción.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ✓ Escasos interesados en el impulso comercial del mamey "Cartagena" produce la inexistencia de derivados de la fruta en el mercado.
- ✓ Un deficiente conocimiento acerca de las bondades y beneficios de la fruta trae consigo una fruta en su totalidad inatractiva.
- ✓ El insuficiente desarrollo agroindustrial en la ciudad de Milagro genera el consumo de la fruta en forma directa.
- ✓ Las mínimas cantidades de ventas arroja un escaso nivel de conocimiento acerca del mamey "Cartagena".

2.4.3 Declaración de las variables

Hipótesis General: El bajo nivel de consumo del "mamey Cartagena " ocasiona un bajo nivel de su producción.

V.I: Consumo

V.D: Producción

Hipótesis particular #1: Escasos interesados en el impulso comercial del mamey "Cartagena" produce la inexistencia de derivados de la fruta en el mercado.

V.I: Impulso Comercial

V.D: Derivados

Hipótesis particular #2: Un deficiente nivel de conocimiento acerca de las bondades y beneficios de la fruta trae consigo una fruta en su totalidad inatractiva.

V.I: Conocimiento

V.D: Fruta

Hipótesis particular #3: El insuficiente desarrollo agroindustrial en el Cantón Milagro genera el consumo de la fruta en forma directa.

V.I: Desarrollo agroindustrial.

V.D: Consumo.

Hipótesis Particular #4: Las mínimas cantidades de ventas arroja un bajo nivel de conocimiento de la fruta.

V.I: Ventas

V.D: Nivel de conocimiento.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 3. Las variables

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES
Producción	Se basa en la creación de bienes y servicios con el fin de satisfacer una necesidad y obtener utilidades.	✓ Materia prima
Derivados	Sin número de transformaciones que puede sufrir la materia prima.	✓ Existencias
Nivel de conocimiento	Capacidad de discernimiento del ser humano sobre uno o varios temas.	✓ Cuestionarios
Consumo	Es la actividad dedicada a adquirir un bien o servicio que satisfaga una o varias necesidades a cambio de unidades monetarias.	✓ Nivel de ventas
Impulso comercial.	Es el debido uso comercial y publicitario que se le otorga a un determinado bien o servicio con el objetivo de darlo a conocer en su totalidad en el mercado.	✓ Publicidad ✓ Acogida del producto

Ventas	Actividad dedicada al intercambio de bienes y servicios en el mercado, comúnmente con el fin de obtener un beneficio, tanto para vendedores como compradores.	✓ Eficacia mensual de ventas.
Fruta	Bondad otorgada por las entrañas de la tierra, poseedora de proteínas, minerales, carbohidratos etc., beneficiosos para la salud física del hombre.	✓ Calidad.
Desarrollo agroindustrial.	Conjunto de actividades medidas por el avance productivo, dedicada a la transformación de materia prima en un producto final.	✓ Productividad.

Elaborado por: Katherine Martínez

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación aplicada: Es utilizar los conocimientos adquiridos para ponerlos en marcha en la parte práctica, se aplican en muchos casos a lo social, en este caso se aplicara para detectar el problema de la baja producción del “mamey Cartagena” y poder llegar a tomar decisiones acertadas que corrijan el problema.

Investigación explicativa: Trata de explicar la relación funcional que existe entre las variables estudiadas y busca estudiar cómo y cuando ocurren los fenómenos. En este caso se utilizara para analizar los problemas y subproblemas que aquejan al bajo nivel de producción del “mamey Cartagena” y así buscarle posibles soluciones.

Investigación correlacional: Tiene como objetivo medir el grado de relación existente entre dos o más variables, podemos llegar a un análisis más profundo en la investigación tomando como referencia las variables tanto dependientes como independientes con sus respectivas hipótesis.

Investigación bibliográfica: Es una extensa búsqueda de información sobre un determinado tema, que se analiza de manera organizada, valiéndonos de documentos que contengan información necesaria para nuestra investigación, es encontrado en el diseño de proyecto en el marco teórico.

Investigación de campo: Es realizar la investigación desde adentro, es decir involucrándose personalmente en el área que se quiere investigar, en este caso se procederá al traslado donde se produce el mamey Cartagena así mismo apersonándose hacia los agricultores que lo cultivan.

Investigación cuantitativa: En este tipo de investigación se manejan datos, para así medir cantidades, aquí se trabaja con encuestas.

Investigación cualitativa: Busca observar todo en cuanto corresponde a conocimientos, acciones, valores, etc., desde el punto de vista de las personas que están siendo estudiadas.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población determinada para el estudio es la población económicamente activa (PEA) del Cantón Milagro, la misma que está compuesta por sus principales actividades económicas son el Comercio al por mayor y menor (21,66%), Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (20,94%), No declarado (8,44%).

3.2.2 Delimitación de la población

La población se caracteriza por ser finita, y está dividida según ramas de actividad, las cuales son: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (13.724habs.), comercio al por mayor y menor (14.190 habs.), No declarado (5.530habs.) en total suman 33.444habitantes, según el Censo Poblacional del 2010, ésta se encuentra ubicada en su mayoría en el sector urbano, seguido por el sector rural, periferia y las parroquias que conforman al Cantón, para facilitar el estudio se enfocará en aquellos que habitan en el sector urbano del Cantón.

3.2.3 Tipo de muestra

En este estudio se utilizará la muestra no probabilística para establecer el número de personas a quienes estarán destinadas las encuestas, tomadas en base al criterio personal de la investigadora.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Dónde:

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

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población.

p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5

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

E: error, se considera el 5%; E=0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z=1,96

Solución:

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

$$n = \frac{33444 * 0.5 * 0.5}{\frac{(33444-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + 0.25}$$

$$n = 379,808622$$

$$n = 380$$

La fórmula arrojó como resultado que el total de la población a tomar es de 380 personas de un total de 33444 Habitantes que se tomó como población y que conformaba parte de la PEA (población económicamente activa), los sectores elegidos fueron. Agrícola, comercio y sector no declarado.

3.2.5 Proceso de selección

Para mejor aplicación se realiza el siguiente muestreo, tomando como referencia según las ramas de actividad la Agricultura, comercio y sector no declarado.

Cuadro 4. Muestra dividida por actividad y sexo

Rama de actividad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Comercio al por mayor y menor	96	65	161
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	141	15	63
Sector no declarado	39	24	63
Total	276	104	380

Elaborado por: Katherine Martínez, con información del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Analítico - Sintético: Es útil al momento de abordar la información ya que se hace de una manera sistematizada desglosando cada una de las partes de la misma, es muy factible al momento de realizar el marco teórico.

Hipotético-deductivo: Es uno de los métodos científicos más usuales, se trata de observar, registrar y analizar los hechos o fenómenos que están siendo investigados. Es muy útil en el planteamiento de las hipótesis.

3.3.2 Métodos empíricos

El método empírico utilizado fue sin duda alguna el de la observación ya que mediante el, se llegar a determinar que el problema central de la investigación es el bajo nivel de producción del “mamey Cartagena en la ciudad de milagro y sectores aledaños”.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica a ser utilizada es la encuesta:

Las encuestas serán hechas a base de preguntas cerradas, realizadas de la mejor manera, para que sea de fácil entendimiento por los encuestados, y así de esta manera poder obtener datos cuantitativos útil para la investigación.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN

Una vez obtenidos los datos a través de la encuesta, se procederá a ingresarlos al programa Excel, donde se los registrara cuidadosamente, se los analizara mediante gráficos, para hacerlo de una manera más entendible.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

En el Cantón Milagro aún no se ha dado a conocer en su totalidad la existencia del mamey “Cartagena” por ende son los bajos niveles de producción, se asume que estos son bajos por el poco consumo que obtiene la fruta.

Esto se ha demostrado a través de las encuestas hechas a la muestra tomada de la población Milagreña, donde la mayoría de las personas encuestadas afirmaron que desconocían sobre la existencia de la fruta.

La falta de interesados en impulsar comercialmente la fruta acarrea problemas como la inexistencias de derivados de la fruta, dejando así solo la fruta con una opción de consumo, convirtiéndola monótona e inatractiva al momento de consumirla, generando así la privatización de conocer más afondo sobre las propiedades y bondades que la fruta posee, generando un bajo nivel de conocimiento acerca de ella.

Por otro lado, la agroindustria una opción de desarrollo para las ciudades agrícolas como Milagro, donde frutas de nuevo mundo como el mamey “Cartagena” no son conocidas traspasando barreras y fronteras, porque no se da la motivación y seguridad necesaria al agro al momento de producir entregándole la entera certeza de que sus productos serán comprados para darle un uso retribuido mediante los ingresos otorgados por brindar la materia prima a la agroindustria que la transformara en un bien final el cual degustaran todos sus consumidores.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

1 ¿Ha consumido usted alguna vez mamey “Cartagena”?

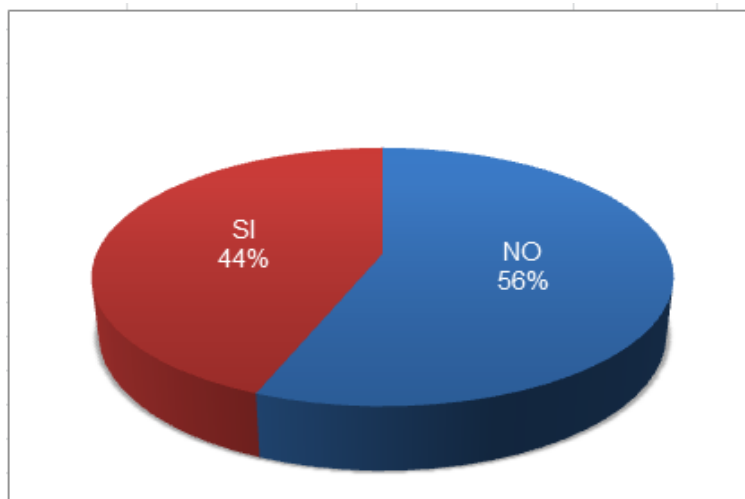
Cuadro 5. Consumo de mamey “Cartagena” en el Cantón

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	167	44%
NO	213	56%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor (a): Katherine Martínez

Figura 4. Consumo de mamey “Cartagena”



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

En este gráfico podemos darnos cuenta que el mayor porcentaje de personas estuvieron de acuerdo en no haber consumido mamey “Cartagena”, esto nos muestra que la fruta no es popular dentro de la ciudad, lo que ocasiona un consumo bajo, dado por razones como la poca producción de la misma y poco posicionamiento dentro de las frutas más destacadas en consumo dentro de la ciudad.

2¿De las siguientes alternativas escoja usted una de ellas para determinar su preferencia en consumo de mamey “Cartagena”?

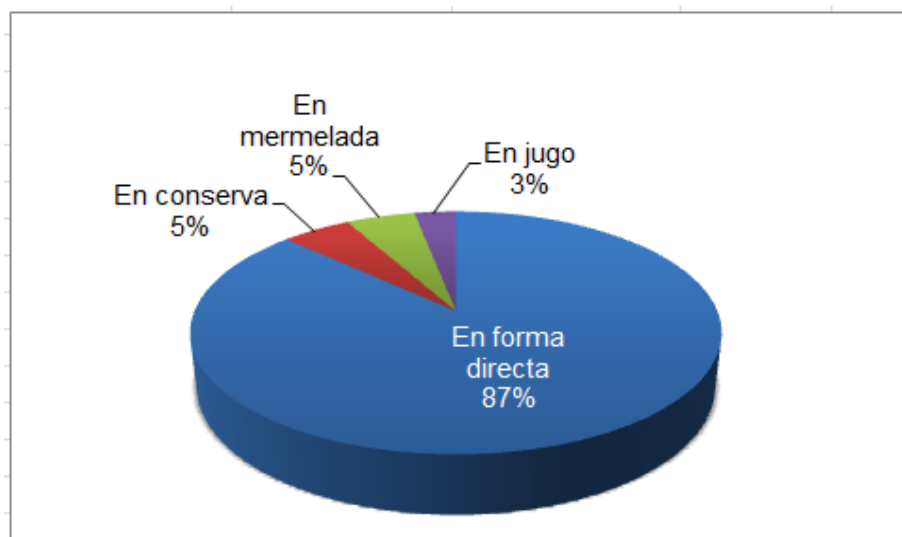
Cuadro 6. Preferencia en consumo del mamey “Cartagena”

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En forma directa	357	87%
En conserva	16	5%
En jugo	10	3%
En mermelada	23	5%
TOTAL	406	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor (a): Katherine Martínez

Figura 5. Preferencia de consumo de mamey “Cartagena”



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

La opción más elegida por la muestra escogida para nuestro estudio fue en forma directa, la mayoría de personas la tomó como su opción preferida ya que dentro de la ciudad no existe otra manera o forma de consumir el mamey “Cartagena”, la única vía rápida y tradicional es de manera directa a la fruta, así lo expresaron los encuestados.

3¿Conoce acerca de las propiedades alimenticias y medicinales que posee el mamey “Cartagena”?

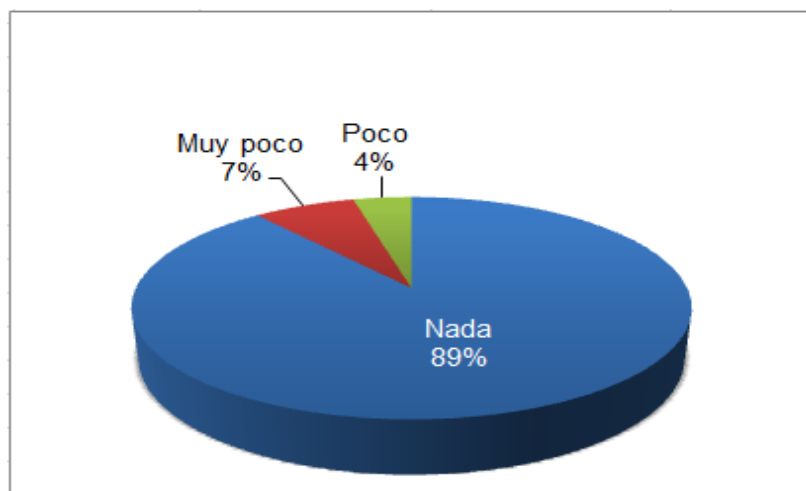
Cuadro 7. Propiedades alimenticias y medicinales de la fruta.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco	15	4%
Muy poco	26	7%
Nada	339	89%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor (a): Katherine Martínez

Figura 6. Propiedades alimenticias y medicinales de la fruta



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Al preguntarle a los encuestados acerca de su conocimiento sobre las propiedades alimenticias y medicinales de la fruta la mayoría coincidió en desconocer acerca de ellas, para muchos de ellos le causó sorpresa que la fruta pudiera poseer dichas propiedades, esto es a causa del bajo impulso comercial que tiene la fruta dentro de la ciudad, por lo tanto ocasiona un reducido nivel de conocimiento sobre la misma.

4¿Cree usted que debería implementarse una planta agroindustrial procesadora de mamey “Cartagena” en el Cantón Milagro?

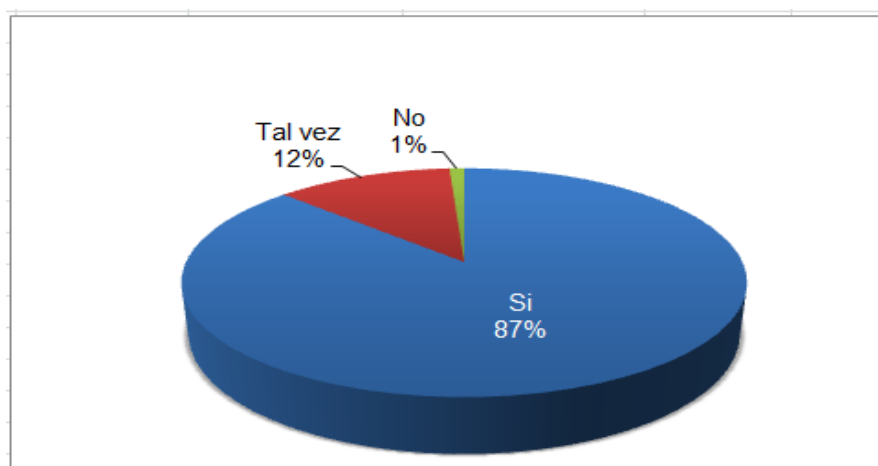
Cuadro 8. Implementación de una planta agroindustrial procesadora de mamey “Cartagena”

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	330	87%
No	5	1%
Tal vez	45	12%
	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Figura 7. Implementación de una planta agroindustrial



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

La mayoría de personas a las que se le pregunto sobre la instalación de una empresa procesadora de mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro respondió que si se debería implementar, ya que con ella no solo se incentivaría la producción de la fruta, sino también se generaría fuentes de empleo, ayudando de esta manera a aumentar el ingreso de las familias tanto productoras como laborales, y aportaría de manera beneficiosa al crecimiento y desarrollo económico del Cantón.

5¿Del siguiente listado de productos, escoja los derivados que le gustaría que la empresa produzca mediante el procesamiento del mamey “Cartagena”?

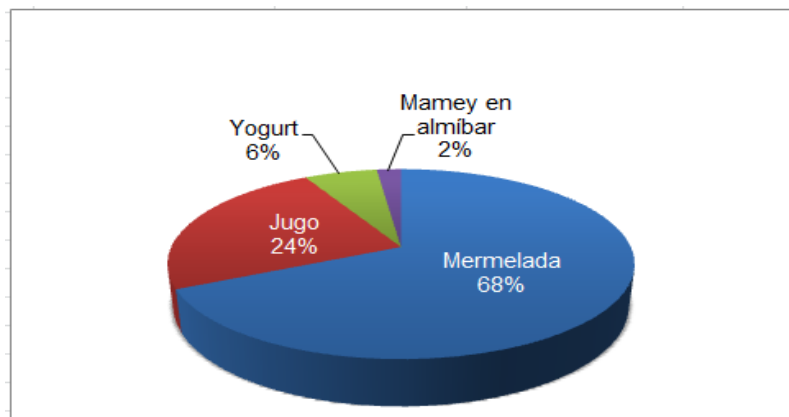
Cuadro 9. Derivados hechos a base de mamey “Cartagena”

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Mermelada	337	68%
Jugo	116	24%
Yogurt	28	6%
Mamey en almíbar	10	2%
TOTAL	491	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Figura 8. Derivados del mamey “Cartagena”



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Las respuestas de las encuestas se inclinaron más por mermelada, fue el derivado que más causo impacto y gusto al momento de elegir la respuesta, seguido por jugo que aunque no fue tan masivo como la mermelada también tuvo acogida para algunos de los encuestados, así como también el yogurt fue preferido por algunos, aunque muy pocos, el mamey en almíbar de acuerdo con los resultados arrojados por el gráfico es el que menos aceptación tuvo por parte de los encuestados.

6¿Del siguiente listado elija las propiedades o bondades que le gustaría que la planta procesadora de mamey “Cartagena” resalte en la fruta?

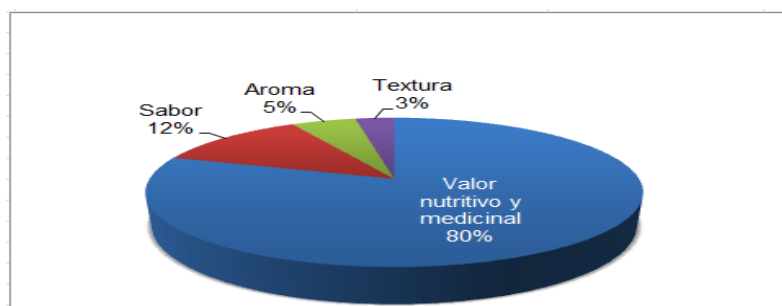
Cuadro 10. Propiedades y bondades que la ciudadanía quiere que se resalte de la fruta

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Valor nutritivo y medicinal	352	80%
Aroma	20	5%
Textura	12	3%
Sabor	51	12%
TOTAL	435	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Figura 9. Propiedades y bondades a resaltar en la fruta



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

El gráfico resalta el interés que las personas encuestadas tienen acerca del valor nutritivo y medicinal que la fruta posee, ya que fue la opción más elegida, nos muestra que las personas aún se preocupan por los beneficios que una fruta puede otorgarnos a nuestro organismo al momento de ser consumida y absorbida por nuestro cuerpo. Enseña la preocupación de la ciudadanía por tener en su mesa y hogares productos beneficiosos para su salud.

7¿Qué nivel de importancia le daría al estudio de impacto ambiental previo a la instalación de la planta procesadora de mamey “Cartagena”?

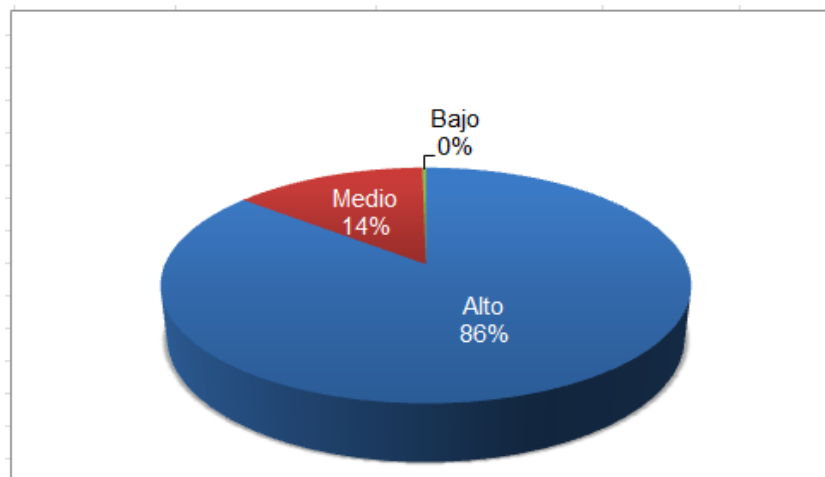
Cuadro 11. Impacto ambiental previo a la instalación de la planta agroindustrial.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Bajo	1	0%
Medio	53	14%
Alto	326	86%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

Figura 10. Estudio de impacto ambiental



Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro

Autor(a): Katherine Martínez

El estudio de impacto ambiental para la mayoría de los encuestados fue muy relevante, para muchos es de suma importancia velar y preservar el medio ambiente ya que es el entorno donde se desarrolla su familia, el medio donde viven y realizan sus labores cotidianas, ya que Milagro es una ciudad altamente contaminada, y no es justo para su ciudadanía que se sume una empresa que ocasione externalidades dañinas para su salud.

4.3 RESULTADOS

Después de haber aplicado La herramienta estadística como lo es las encuestas, se llega a la determinación que un 56% desconoce sobre la existencia de la fruta, mientras que un 44% la ha consumido alguna vez.

Un 87% ha consumido la fruta de manera directa debido a las inexistencias de derivados en el mercado que los ha obligado a consumirla solo en su estado natural, sin dejarles otra opción.

Así mismo un 89% según las encuestas realizadas afirmo que su conocimiento acerca de las propiedades y bondades de la fruta eran nulos, no conocían nada acerca del tema.

Un 87% corroboró que sería muy buena la implementación de una empresa dedicada a elaborar productos a base de mamey "Cartagena", ya que esto sería una buena oportunidad para ofrecer y generar empleo dentro del Cantón beneficiando así a sus habitantes, las opciones más elegidas por los encuestados a cerca de su preferencia en consumo de derivados fue la mermelada que se posiciono con un 68% frente a las demás opciones.

También se resaltó el deseo que los ciudadanos tienen por conocer acerca de las propiedades y bondades de la fruta destacándose así el valor nutritivo y medicinal que las personas exigen se resalte en su producto final esto se determinó por el 80% de acogida que tuvo este.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Cuadro 12. Verificación de las hipótesis.

HIPOTESIS	VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS
El bajo nivel de consumo del mamey "Cartagena " ocasiona un bajo nivel de su producción.	Los resultados de la primera pregunta, que hace referencia acerca del consumo de mamey "Cartagena" dentro de la ciudad de Milagro corroboro esta hipótesis al arrojar un porcentaje alto sobre las personas que no consumen esta fruta.

<p>Escasos interesados en el impulso comercial del mamey "Cartagena" produce la inexistencia de derivados de la fruta en el mercado.</p>	<p>La pregunta numero dos confirma esta hipótesis, al momento en que la mayoría de los encuestados respondieron que solo han consumido la fruta de manera directa ya que no encuentran en el mercado una manera distinta de consumirla.</p>
<p>Un deficiente conocimiento acerca de las bondades y beneficios de la fruta trae consigo una fruta en su totalidad inatractiva.</p>	<p>Esta hipótesis es afirmada por la pregunta número tres donde la mayoría de los encuestados respondieron que sus conocimientos eran nulos acerca de la fruta.</p>
<p>El insuficiente desarrollo agroindustrial en el Cantón Milagro genera el consumo de la fruta en forma directa.</p>	<p>La pregunta número dos y cuatro afirman esta hipótesis al momento en que los encuestados plantearon que consumían la fruta de manera directa ya que no habían visto en el mercado otra opción de consumo y al momento en que les pareció buena la idea de implementar una empresa que procese la fruta para que esta se dé a conocer.</p>
<p>Las mínimas cantidades de ventas arrojan un bajo nivel de conocimiento de la fruta.</p>	<p>Esta hipótesis es demostrada gracias a la pregunta número tres donde los ciudadanos encuestados denotaron su bajo conocimiento acerca de la fruta.</p>

Elaborado por: Katherine Martínez, con información de la encuesta aplicada a la PEA del Cantón Milagro.

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1 TEMA

Implementación de una planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena” en el Cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN.

En si para crear una empresa del tipo que sea se necesita planificar muy bien cada una de las estrategias para hacerla surgir, tomar en cuenta cada detalle que nos evite el futuro riesgo de pérdida, o mala imagen empresarial.

El enfrentarse a nuevos retos económicos y empresariales hacen que todo proceso empresarial se valla modificando y mejorando día con día.

Toda empresa debe tener claramente definido sus objetivos, que es lo que va a realizar y hacia donde se quiere enfocar, esa es una parte muy fundamental. Así también son muy importantes los métodos, órganos y documentos necesarios para su realización.

Funciones generales del proceso de Planificación Empresarial

Por lo general el proceso de planificación empresarial responde a un proceso sistematizado, que se caracterizan por una serie de trabajos que están interconectados entre sí, y concluyen en un plan financiero debidamente elaborado.

Todo Proceso de Planificación empresarial sigue una secuencia que se resume en lo siguiente:

- ✓ Hay que tener muy en cuenta las directrices y todas las indicaciones a considerar e implementar en el plan empresarial.
- ✓ Realizar un profundo análisis y diagnóstico de la situación actual y futura de la empresa.
- ✓ Tener muy en cuenta la correcta selección de los objetivos a mediano plazo.
- ✓ Definir de forma acertada las estrategias y actividades de la empresa.
- ✓ En base a todo lo antes mencionado se elabora el plan económico de la empresa.

Las Directrices

Son un conjunto de normas preestablecidas, que toda empresa debe considerar al momento de elaborar un plan. Estas suelen estar relacionadas a los niveles de venta, ingresos, costos, utilidades y distribución.

Objetivos, tareas e importancia de la planificación empresarial

¿Qué es la planificación empresarial?

Se refiere a la organización de una actividad, resultado de un conjunto de decisiones, con miras al futuro pero con datos presentes, basados en la investigación. Es parte fundamental del proceso general de dirección, el cual se basa en cuatro factores fundamentales como lo son:

- ✓ Organización
- ✓ Planificación
- ✓ Dirección y
- ✓ Control

Entendiéndose como organización a la manera como agrupamos o enumeramos las distintas actividades a realizar en pro de la planificación empresarial, destacando sus funciones y relaciones jerárquicas.

Por su parte la Planificación consiste en la determinación de los objetivos que la empresa anhela, así mismo en la asignación de los recursos y medios para poder alcanzar dichos objetivos.

Se entiende por dirección al proceso de toma de decisiones, factor muy importante para cualquier actividad empresarial.

Y finalmente tenemos el control, que es comparar los resultados alcanzados con los objetivos que anhelamos alcanzar a fin de hacer cualquier arreglo si el caso lo amerita. Podemos observar que la planificación empresarial es fundamental para toda actividad social organizada, encaminada hacia un fin o meta, esta va a variar de acuerdo al tipo de actividad empresarial a la cual va a ser sometida.

Objetivos de la Planificación Empresarial

El objetivo central se resume en la elaboración de sistemas de planes económicos de la empresa, que nos garanticen unos niveles de actividad elevados, con una eficiente

utilización de la capacidad productiva, así como también de los recursos materiales, financieros y laborales, que den respuesta a las políticas, estrategias y programas de desarrollo económico y social, tanto de la nación como de la empresa.

Tareas de La Planificación Empresarial

Esta cumple una serie de tareas que las desglosamos de esta manera:

✓ **El perfeccionamiento de la planificación empresarial:**

Esta incluye las tareas de primer orden, todo lo que tiene que ver con bases y fundamentos metodológicos, teóricos y organizativos, que se ajusten a las realidades del momento.

✓ **Preparación del plan:**

Incluye un sin número de tareas y cálculos, valoraciones y análisis, que hagan posible la definición de los objetivos del plan. Nos permite cuantificar los niveles de actividad y recursos necesarios con mucha eficiencia.

✓ **La elaboración de la propuesta del plan de la empresa**

Lleva consigo la planeación estratégica de la organización, de acuerdo a lo acordado en el cronograma de ejecución establecido.

✓ **Presentación de las defensas de las propuestas del plan de la empresa**

Esto se hace frente a los organismos superiores quienes revisaran detalladamente cada uno de los puntos tratados.

✓ **Desagregación del plan de la empresa una vez aprobado.**

Se asignan áreas de responsabilidad, y lapsos de tiempo, denominados planificación operativa.

✓ **Control de la ejecución del plan**

Corrección y análisis en base al cumplimiento del plan final.

✓ **Importancia de la planificación empresarial**

Es de mucha importancia ya que mediante la planificación empresarial nos damos cuenta a qué nivel se cumplen los objetivos, estrategias y programas. Al establecer bien los objetivos e ir alcanzándolos paulatinamente podemos demostrar eficacia en la gestión empresarial. Podemos observar las necesidades y canalizarla hacia los recursos disponibles, y la capacidad productiva, elevando niveles de empleo que favorece tanto a la nación como a la empresa en conjunto.

✓ **Perfeccionamiento Empresarial**

Se debe lograr un perfecto plan y un buen presupuesto, seguido de los objetivos y metas bien preestablecidas, detalladas todas y cada una de las actividades a realizarse, y sobre todo ser proactivo en cada decisión , acierto o tarea a realizar.

A nivel técnico.

El nivel técnico es importante para determinar la capacidad eficiente y eficaz de un proyecto con los recursos disponibles para alcanzar el bien o servicio deseado.

Para ello se deben de analizar rutas o alternativas que pueden relacionarse con los factores productivos. El estudio técnico tiene que ir de manera sistemática con el resto de estudios, el estudio de mercado ayuda a definir las variables relacionadas a las características del producto.

Hay que tener muy en cuenta el estudio legal, ya que es el que nos señalara ciertas restricciones que puede tener nuestro proyecto, las cuales podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. Por decir si se va a fabricar alimentos, el lugar tiene que estar acondicionado, parte de ello la calidad en el agua que va a ser utilizada. El estudio financiero es otra parte muy importante, ya que mediante el, podemos observar si se cuenta o no con los recursos económicos suficientes, y así poder adquirir tecnología adecuada. Esta tecnología tendrá que estar al alcance de los recursos económicos disponibles, es por esto que el estudio financiero se debe de hacer de la mejor manera posible.

Proceso de Producción.

Aquí se define los insumos necesarios que se transforman en productos a través de la tecnología requerida, se hace una combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación). Estos procesos productivos se dan de acuerdo al flujo productivo o al tipo de producto. Por lo general cuando se da de acuerdo al flujo es porque el producto es relativamente estable a través del tiempo, y pues están destinados hacia un gran mercado, generándose así grandes cantidades de existencias. Y cuando se dan según el tipo de producto, el proceso productivo se da en función de los bienes que se va a producir. Muchas veces un mismo producto requiere de más de un proceso productivo, así que es muy importante analizarlo, para que no incurra la fabricación de dicho producto en elevados costos de producción.

Efectos Económicos de la Ingeniería.

Obviamente la cuantía de la inversión, los costos y diseños del proyecto, dependerá del tipo de tecnología y proceso productivo que se vayan a implementar, y pues de este también dependerán la calidad de la maquinaria, cantidad de equipos, herramientas, vehículos y otras inversiones que por lo general dependen del proceso productivo.

El Análisis de las Inversiones en Obras Físicas.

Aquí también incurre el tipo de proceso productivo, ya que la superficie o espacio para montar el proyecto dependerá del espacio físico que ocupan los equipos productivos. Cabe tener muy presente posibles ampliaciones futuras que se le pueda presentar a la capacidad productiva.

Así también la distribución en la planta debe evitar flujos innecesarios de materiales, productos en proceso o terminados, personal, etc. En la definición y tamaño del terreno se deben considerar aspectos como, departamentos, bodegas, vías de acceso, estacionamiento, áreas verdes,, son factores determinantes. Deben considerarse alternativas reales ya que la obra física influye en el proceso de flujo de caja de un

proyecto, ya que determinara cuanto incurre económicamente la construcción de la obra.

Inversiones en equipamiento

Se entiende por inversiones en equipamiento toda inversión que de paso a la operación normal de la planta perteneciente a la empresa creada mediante el proyecto. Es decir todo lo que tiene que ver, con vehículo, maquinarias, mobiliario, equipos, así como la inversión en obra física repercute económicamente en nuestro proyecto. De igual forma lo va a ser la inversión en equipamiento.

La información será manejada, mediante balances de equipos, es decir cada equipo o maquinaria adquirida tendrá su propio registro y control, mediante estos balances particulares, la importancia de esto radica en que de cada uno se tomara información que ayudara en el flujo de caja de efectivo del proyecto, acerca de la inversión, reinversión y venta de maquinarias reemplazadas según sea el caso.

Valorización de las inversiones en obras físicas

Para determinar la cuantía en el costo de la inversión, deberán analizarse en el estudio de pre factibilidad detalles desde el costo de metro cuadrado de la construcción, ya en el estudio de factibilidad se debe de perfeccionar la información mediante estudios complementarios de la ingeniería técnica, que den una apreciación exacta de las necesidades de los recursos financieros en la inversión del proyecto.

Así mismo existe un balance de obras físicas que contienen los ítems que determinan la inversión del proyecto.

Balance de personal.

El costo de la mano de obra es una parte muy fundamental dentro de los costos de operación de un proyecto. Todo esto dependerá del grado en que una maquinaria necesite que la operen o también del grado de capacidad y conocimiento que requerimos del personal solicitado, la situación del mercado, las leyes laborales, etc.

Este estudio requiere de la cuantificación e identificación del personal que se necesitara en la operación para poder determinar el costo de las remuneraciones por periodos. Es importante definir la mano de obra directa que trabajara directamente con el producto a elaborar, es decir que formara parte de su fabricación, la mano de obra indirecta que presta servicios complementarios, como por ejemplo mantenimiento de la maquinaria.

La remuneración es importante calcularse en base al promedio del mercado laboral vigente y en base a variaciones futuras en el costo de la mano de obra. La elaboración del balance del personal permite coordinar todo en cuanto de se refiere a la mano de obra y al monto de la remuneración del periodo.

5.3 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos del Cantón Milagro el poco consumo que tienen las personas hacia el mamey “Cartagena” hacen que esta no sea producida con esmero e interés de parte de los agricultores.

Las personas poseen un bajo conocimiento acerca de las propiedades y bondades que la fruta posee, lo cual la hace más inatractiva al momento de su consumo, en el mercado se vende una fruta a precios bajos de acuerdo a las circunstancias en las que se encuentra la fruta frente a otras frutas de mayor consumo y popularidad dentro del Cantón.

La falta de derivados hacen que esta fruta solo tenga un solo me dio de consumo y a causa de su poca producción es totalmente desconocida y poco aceptada frente a una ciudadanía acostumbrada a consumir las frutas tradicionales con reconocimiento de sus propiedades y bondades, lo que hace su preferencia al momento de elegir.

Planteados los motivos antes mencionados es de suma importancia darle solución , es por esta razón que se propone la implementación de una planta agroindustrial procesadora de mamey “ Cartagena” cerca del Cantón Milagro para de esta manera dar a conocer más acerca de esta fruta, para poder darle diligencia a los agricultores y

así lograr que ellos obtengan ingresos mediante la producción de la fruta, y de esta manera la planta agroindustrial ofrece no solo comercializar sino también ofrecer fuentes de empleo a los ciudadanos, aparte de otorgar una nueva opción de consumo para los hogares Milagreños.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Promover la producción, comercialización y consumo del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro, mediante la implementación de una Planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena”, para así posicionar en el mercado la fruta.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- ✓ Instalar de la mejor manera posible la planta agroindustrial procesadora de mamey “Cartagena” para así lograr que esta ayude en el crecimiento económico de la ciudad.
- ✓ Generar fuentes de empleo mediante la instalación de la planta agroindustrial para de esta manera incrementar el ingreso de las familias milagreñas.

- ✓ Ofrecer un producto de alta calidad para que los consumidores se sientan satisfechos e identificados con el producto, para así lograr su posicionamiento dentro del Cantón y sectores aledaños.

- ✓ Elegir personal apto para la empresa y capacitarlos periódicamente para así lograr un equipo de trabajo optimo al momento de realizar sus actividades laborales.

5.5 UBICACIÓN

La empresa estará ubicada en Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro, Parroquia Roberto Astudillo.

El sector no está habitado, está rodeado por la naturaleza, donde hay mucha vegetación, el terreno tiene fácil acceso a agua, luz, etc. Es de dimensiones grandes donde se alojara la planta agroindustrial, todo esto con el afán de preservar el medio ambiente, ya que la elaboración de productos podría generar externalidades normales de cualquier proceso productivo, que podría dañar a la población en caso de que exista una cercana, por lo que se eligió un lugar no poblado. El sector elegido es el sector las palmas, manzana 2.

Figura 11. Ubicación de la planta agroindustrial.



Elaborado por: Katherine Martínez

5.6 FACTIBILIDAD

La instalación de una Planta Agroindustrial elaboradora de mermeladas de mamey Cartagena en la ciudad de milagro es una buena propuesta y oportunidad para sus ciudadanos, ya que no solo consumirían un producto distinto del que se ofrece comúnmente en el mercado, como lo son las mermeladas de frutas comunes como durazno, frutilla, mora, etc.

Los ciudadanos estarían degustando de un sabor y un aroma nuevo en mermeladas con una óptima calidad, que no afecte a la salud de sus consumidores, más bien que aportes nutrientes y beneficios.

Administrativo: La empresa constara con un personal altamente capacitado, que controle la ejecución de la mermelada desde el ingreso de la materia prima hasta la salida de la misma ya totalmente procesada, así como también con un sistema de administración, dirección y control de actividades que será de mucha ayuda para ejercer las labores cotidianas.

Legal: constara con todas las leyes de higiene y permisos para poder operar en el lugar destinado para su funcionamiento.

Presupuestario: es un tipo de inversión medianamente alto, lo cual conlleva a aportar una parte del dinero requerido y la otra será obtenida mediante financiamiento, pero que promete éxito, debido a la innovación en la fruta que será utilizada para preparar las mermeladas.

Técnico: Se usaran los equipos necesarios y aptos para la óptima preparación de la mermelada, se obtendrá tecnología que garantice la calidad del producto, para poder ofrecer a nuestros clientes un producto totalmente confiable y apto para su consumo.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

- ✓ **Nombre de la empresa :** Delicias Cartagena
- ✓ **Razon social:** Delicias Cartagena
- ✓ **Logotipo:**

Figura 12. Logotipo



Los colores elegidos para el logotipo son los siguientes:

Verde: que representa la esperanza y la naturaleza, con la cual se caracteriza nuestra empresa ya que nuestros productos son totalmente naturales y confiables.

Amarillo: que representa la riqueza que proviene de las entrañas de nuestra tierra y que va a ser explotada para el beneficio de la misma.

Naranja: este color representa el color de la pulpa del mamey “Cartagena” clave fundamental para la elaboración de las mermeladas.

En el centro del logotipo podemos observar la figura de un mamey “Cartagena” ya que es la materia prima y base de nuestras mermeladas y fundamento de nuestra empresa.

Slogan:

“LO DELICIOSO DE LO NATURAL”

Misión:

Somos una empresa agroindustrial totalmente entregada a trabajar por nuestros clientes, con el afán de ofrecerles un producto de alta calidad, con las normas que rigen al mismo, nuestros productos están naturalmente elaborados para satisfacer las necesidades de nuestros demandantes, contamos con tecnología de punta que aporta a la preservación del medio ambiente.

Visión:

Nuestra visión se basa en el crecimiento intelectual y técnico de nuestros colaboradores, así como también en ir mejorando e innovando periódicamente en el proceso productivo y administrativo, para lograr un producto reconocido a nivel nacional e internacional.

Valores:

Flexibilidad:

Este es un factor importante para crecer como empresa agroindustrial, ya que la misma nos exige innovación y adaptación a cualquier percance o situación que se presente.

Diligencia:

Estamos aptos y prestos para crecer como empresa anticipándonos a ciertos factores ofensivos para el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa.

Calidad:

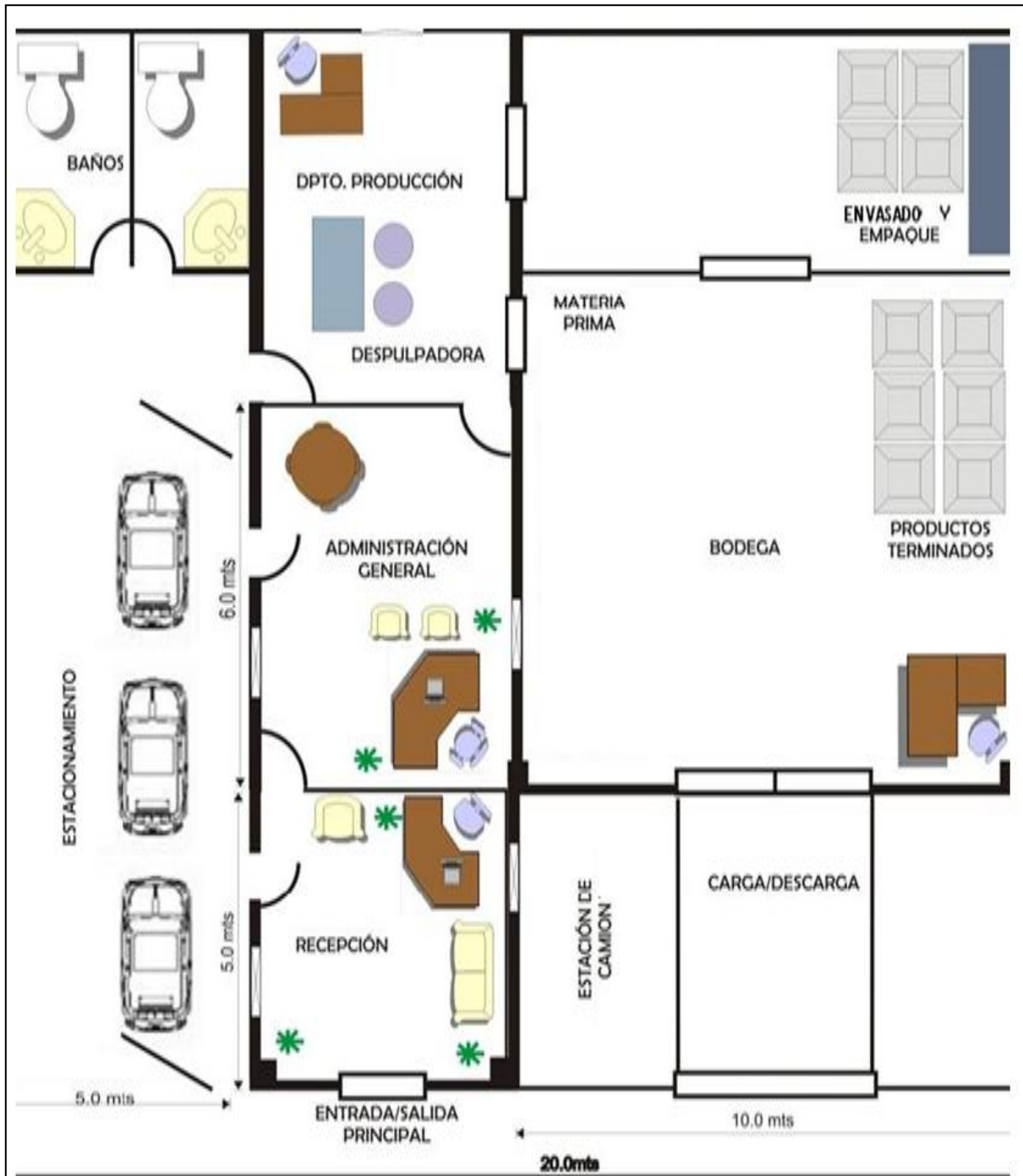
Este es un valor indiscutible dentro de nuestra empresa, ya que mediante el uso y aplicación de ella, logramos productos altamente confiables para nuestros clientes, de esta manera logramos inmersión y posicionamiento dentro del mercado.

Atención al cliente:

Los clientes son la parte fundamental de toda empresa, es el factor que tenemos que cuidar y darles el mejor trato posible para poder captar su atención y confianza, generándoles fidelidad hacia nosotros para aumentar y mantener nuestra cartera de clientes, y gozar de una imagen prestigiosa que nos caracterice.

Distribución interna de la empresa.

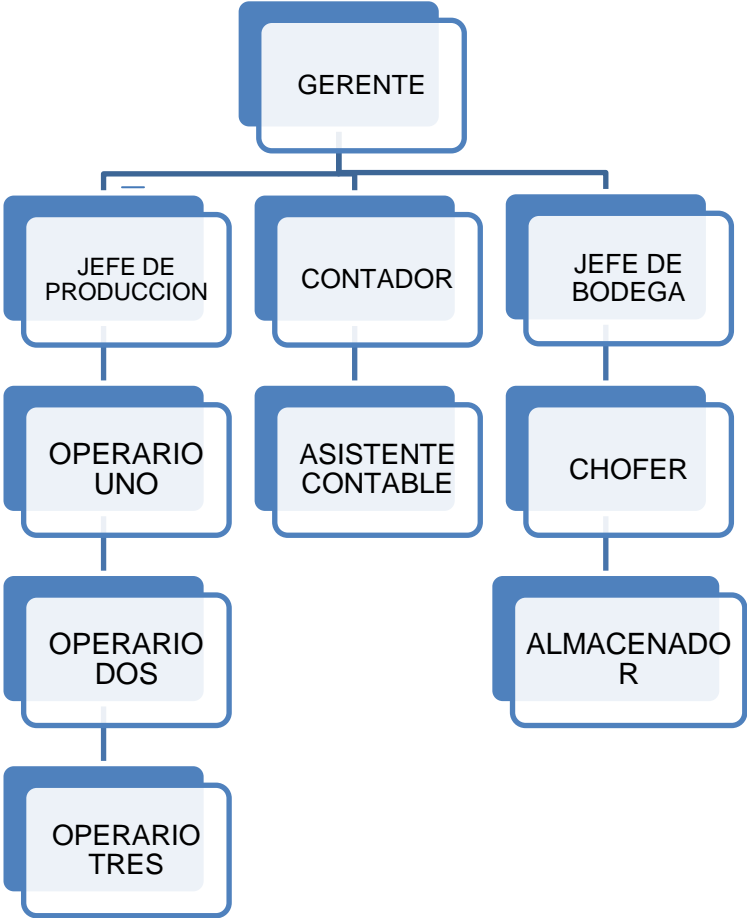
Figura 13. Distribución interna de la planta



Elaborado por: Katherine Martínez

Estructura Organizacional

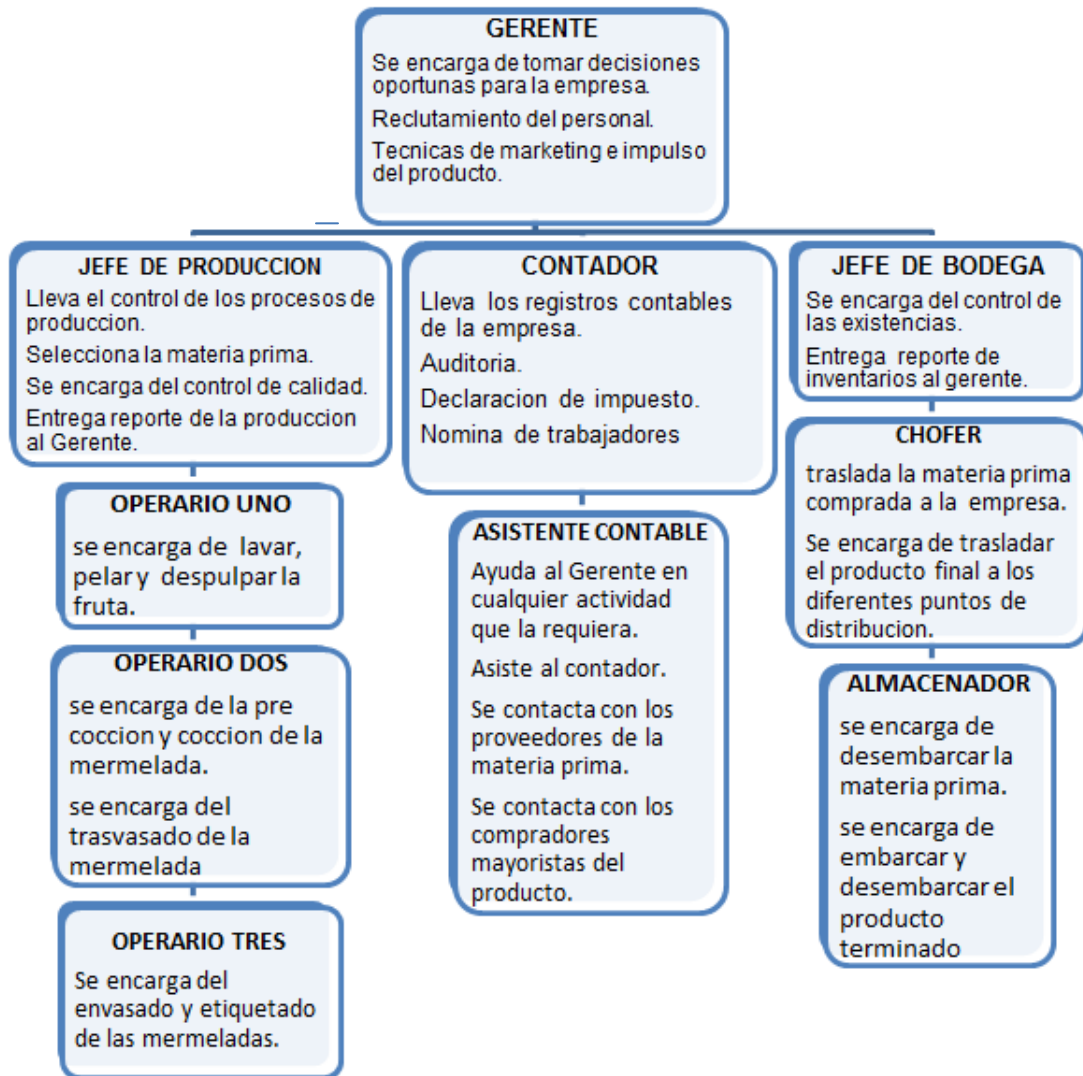
Figura 14. Organigrama Organizacional.



Elaborado por: Katherine Martínez

Organigrama funcional

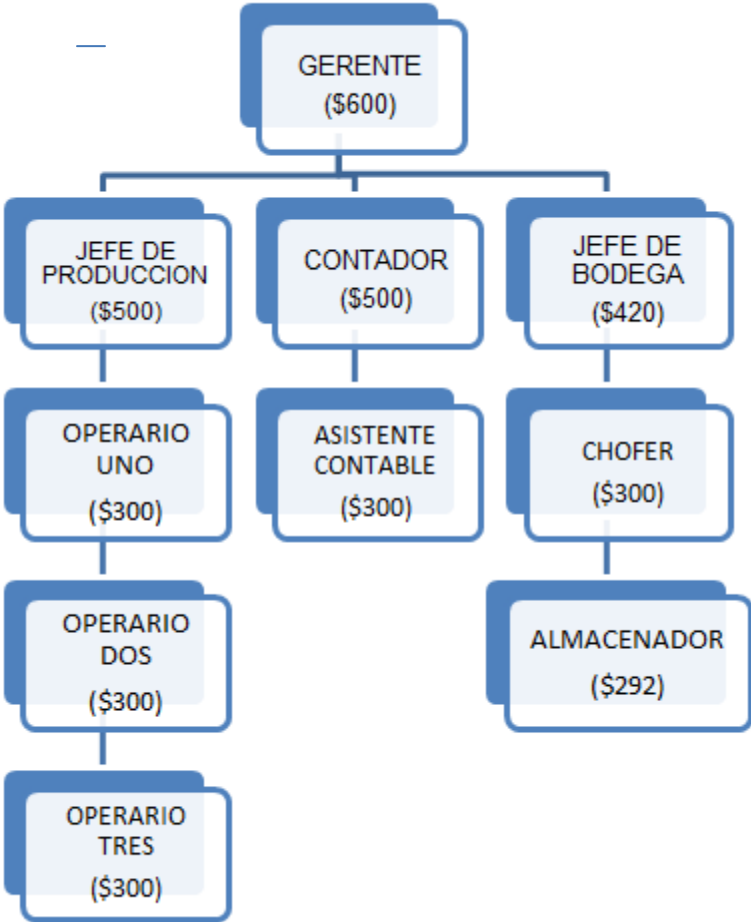
Figura 15. Organigrama Funcional.



Elaborado por: Katherine Martínez

Organigrama de Posición

Figura 16. Organigrama de Posición.



Elaborado por: Katherine Martínez.

Manual de funciones de los principales cargos:

Cuadro 13. Descripción del cargo Gerente Administrador.

	
<h1><u>DELICIAS</u></h1> <h1><u>KARTAGENA</u></h1>	
<h3>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</h3>	
<h4>Datos de Identificación</h4>	
Denominación del Cargo:	Gerente Administrador
Departamento:	Administración
Personas bajo su mando:	9 empleados
Sueldo:	\$600.00
<h4>NATURALEZA DEL TRABAJO</h4>	
<p>El gerente general es el responsable de tomar decisiones oportunas para el buen funcionamiento de la empresa, se encarga de dirigir, controlar, coordinar y organizar con ética y profesionalismo el equipo de trabajo que le pertenece.</p>	
<h4>FUNCIONES ESPECÍFICAS</h4>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El gerente general debe representar óptimamente la empresa. 2. Dirigir de manera cordial y respetuosa sin perder la línea de liderazgo 3. El gerente general debe buscar alianzas y estrategias de marketing. 4. Debe lograr el posicionamiento y mantenimiento de la empresa en el mercado mediante sus estrategias. 	
<ol style="list-style-type: none"> 5. Debe controlar todo proceso productivo o administrativo implementado o adecuado a la empresa. 	
<ol style="list-style-type: none"> 6. El gerente general es diligente y oportuno al momento de tomar decisiones en pro de la empresa. 7. Es flexible y audaz para asignar las diferentes actividades. 8. Distribuye oportunamente cada uno de los recursos con que cuenta la 	

<p>empresa.</p> <p>9. Mantener la información contable organizada, para entregarla al profesional de la materia tributaria, para su efecto inmediato.</p>
<p>CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Iniciativa y criterio para el ejercicio de sus funciones. ✓ Responsabilidad en la toma de decisiones. ✓ Coordinación con el personal a su cargo. ✓ Comunicación periódica con todo el personal. ✓ Alta capacidad de organización y planificación. ✓ Entusiasta, Liderazgo.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingeniero Comercial, Administración de Empresas, Economista o carreras a fines. ✓ Experiencia 2 años en cargos similares. ✓ Sexo Indistinto. ✓ 26 años ✓ Habilidad interpersonal.

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 14. Descripción del cargo Jefe de Producción.

<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Datos de Identificación		
Denominación del Cargo:	Jefe Producción	
Departamento:	Producción	
Reporta a:	Gerente Administrador	
Supervisa a:	Operarios-jefe de bodega-almacenador	
Sueldo:	\$500.00	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
<p>Hacerse cargo y manejar de la mejor manera posible todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la eficiencia y un producto de calidad.</p>		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar las actividades de producción. 2. Verificar el cumplimiento de la producción planificada, optimizando recursos y costos. 3. Verificar la calidad del producto. 4. Coordinar con la gerencia las prioridades referentes a producción, mantenimiento, recursos, inventarios e insumos. 5. Mantener actualizado en nuevas tecnologías, equipos o instrumentos tanto operativos como de control de calidad, que permitan mejorar la productividad o mantener la competitividad de los productos. 6. Emitir reportes de la producción a gerencia. 7. Cumplir con los estándares de calidad que requiere el producto. 8. seleccionar la materia prima destinada para la elaboración del producto 		

terminado.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- ✓ Capacidad para dirigir el personal destinado a su cargo.
- ✓ Don de mando, estabilidad emocional y analítica.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Ingeniero Agroindustrial.
- ✓ Poseer un alto grado de responsabilidad y tener objetivos claros para la toma de decisiones.
- ✓ Experiencias 2 años en cargos similares.
- ✓ Hombre
- ✓ 28 años

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 15. Descripción del cargo Operarios.


<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>	
	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	operarios
Departamento:	producción
Reporta a:	Jefe de producción
Sueldo :	\$300.00
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Operar las maquinarias y elaborar el producto final de manera optima, siguiendo paso a paso los procesos productivos.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Encargarse de la elaboración de las mermeladas. 2. Preparar el producto bajo las normas de calidad que rigen el mismo. 3. Tener conocimiento sobre el manejo de los equipos y maquinarias. 4. encargarse del envasado y etiquetado del producto. 	
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener sentido de compromiso con la actividad que ejercen. ✓ Tener entusiasmo y ganas de producir un producto de calidad. ✓ Tener pre disposición y tiempo para capacitarse periódicamente. ✓ Eficiente y responsable en su labor. 	

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Cursando la carrera de ingeniería agroindustrial.
- ✓ Experiencia 2 años.
- ✓ 20 años.
- ✓ Sexo Indistinto.

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 16. Descripción del cargo Contador.

<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>	
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> 	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	Contador
Departamento:	Contable
Reporta a:	Gerente Administrativo
Sueldo:	\$500.00
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Asistir en todo los procesos contables a la empresa, desempeñándose con ética y profesionalismo.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Elabora los registros contables. 2.- Organiza y controla los procesos contables 3.- Se encarga del pago del impuesto a la renta. 4.- Se encarga de la auditoria interna de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proactivo ✓ Adaptabilidad al cambio. ✓ Facilidad de interpretar datos contables. ✓ Estabilidad emocional. ✓ Responsabilidad y entrega. 	

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Cursando los últimos semestres de la carrera CPA.
- ✓ Poseer un alto grado de responsabilidad y tener objetivos claros para la toma de decisiones.
- ✓ Experiencias 2 años en cargos similares.
- ✓ Hombre
- ✓ 23 años

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 17. Descripción del cargo Asistente contable.

<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>	
	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	Asistente Contable
Reporta a:	Contador y Gerente Administrativo.
Sueldo:	\$300
NATURALEZA DEL TRABAJO	
La asistente contable asiste al contador de la empresa, así como también ayuda al Gerente en cualquier actividad donde sea requerida.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. realiza transacciones financieras. 2. Auxiliar de manera contable al contador. 3. ayuda al gerente a realizar las negociaciones con los proveedores. 4. Se comunica con proveedores y clientes. 5. lleva el control de la agenda tanto del contador como del gerente. 	
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad ✓ Eficiente y responsable en su labor ✓ Excelente atención al cliente ✓ Honradez y Disciplina ✓ Estabilidad emocional ✓ Comunicativo ✓ Observador ✓ Analítico 	

✓ Buena presencia.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Estar cursando la carrera de CPA o carreras afines.
- ✓ Tener conocimiento de técnicas de atención al cliente.
- ✓ Tener 21 años.
- ✓ Experiencia laboral 2 años.

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 18. Descripción del cargo Jefe de bodega.

<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>	
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> 	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	Jefe de bodega
Reporta a:	Contador, Gerente Administrativo.
Sueldo:	\$420
NATURALEZA DEL TRABAJO	
El jefe de bodega se encarga de llevar el control de las existencias, y tener todo en orden en cuanto a inventarios.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. realiza el control de inventarios. 2. Se encarga de enviar reportes de las existencias en bodega al Gerente Administrativo. 3. Revisa minuciosamente la entrada y salida del producto. 4. Se encarga de supervisar al chofer. 	
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad para llevar el registro de existencias. ✓ Ser ético ✓ Tener un buen trato y ser cordial. ✓ Disciplina ✓ Observador 	

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Bachiller Contable o estar cursando la carrera de CPA o carreras a fines.
- ✓ Tener 20 años
- ✓ Experiencia laboral 2 años.

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 19. Descripción del cargo de chofer.

<p><u>DELICIAS</u></p> <p><u>KARTAGENA</u></p>	
	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	Chofer
Reporta a:	Jefe de Bodega.
Sueldo:	\$300
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Se encarga del transporte de la materia prima y el producto terminado a los distintos puntos de venta.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encarga de transportar la materia prima a la planta. 2. Distribuye el producto terminado a sus puntos de destino. 3. Conduce con precaucion. 4. Es responsable del cuidado del camión distribuidor. 	
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidades en conducción. ✓ Ser precavido y prudente en el volante. ✓ Principios y valores éticos y morales. ✓ Estabilidad emocional ✓ Comunicativo ✓ Observador ✓ Analítico 	

✓ Buena presencia.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Portar permiso profesional para conducir.
- ✓ Ser bachiller.
- ✓ Tener 24 años.
- ✓ Experiencia laboral 2 años.

Elaborado por: Katherine Martínez

Cuadro 20. Descripción del cargo de Almacenador.

<p><u>DELICIAS</u> <u>KARTAGENA</u></p> 	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Datos de Identificación	
Denominación del Cargo:	Almacenador
Departamento:	Bodega.
Reporta a:	Jefe de bodega.
Sueldo :	\$292.00
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Encargado de traspasar la materia a bodega.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
1. Encargarse abordar la materia prima al camión. 2. Almacenar la materia prima en bodega.	

3. Descargar el producto final en los diferentes puntos de distribución.
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Actuar con responsabilidad y compromiso.✓ Tener ética y valores morales.✓ Actuar con entusiasmo en sus labores cotidianas.✓ Eficiente y responsable en su labor.
REQUISITOS MÍNIMOS
<ul style="list-style-type: none">✓ Ser bachiller.✓ Experiencia 1 año.✓ 19 años.✓ Hombre.

Elaborado por: Katherine Martínez

5.7.1 Actividades

Proceso de Compra

Figura 17. Proceso de compra

Jefe de Producción

Gerente Administrador

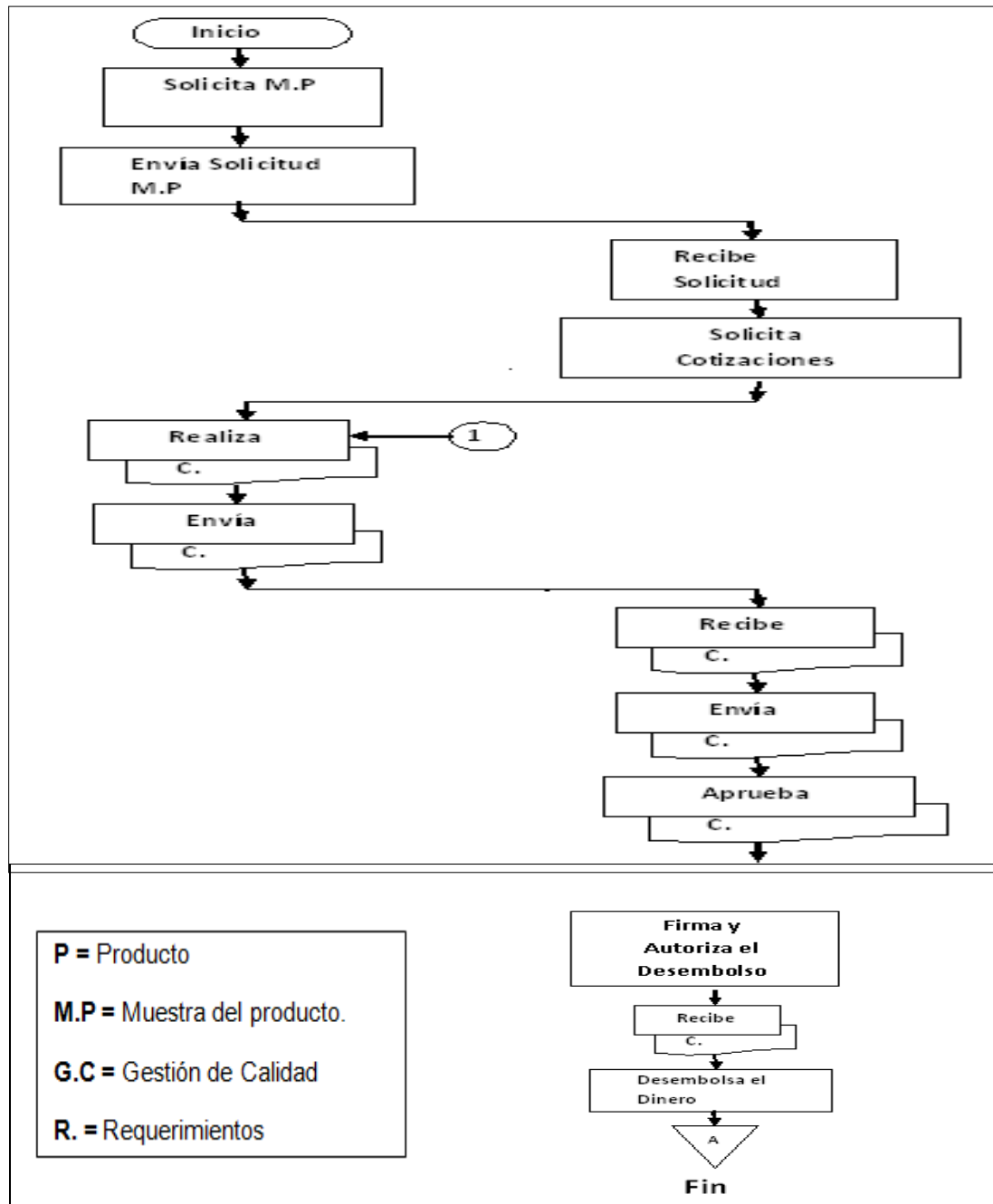


Figura 18. Proceso de Transformación

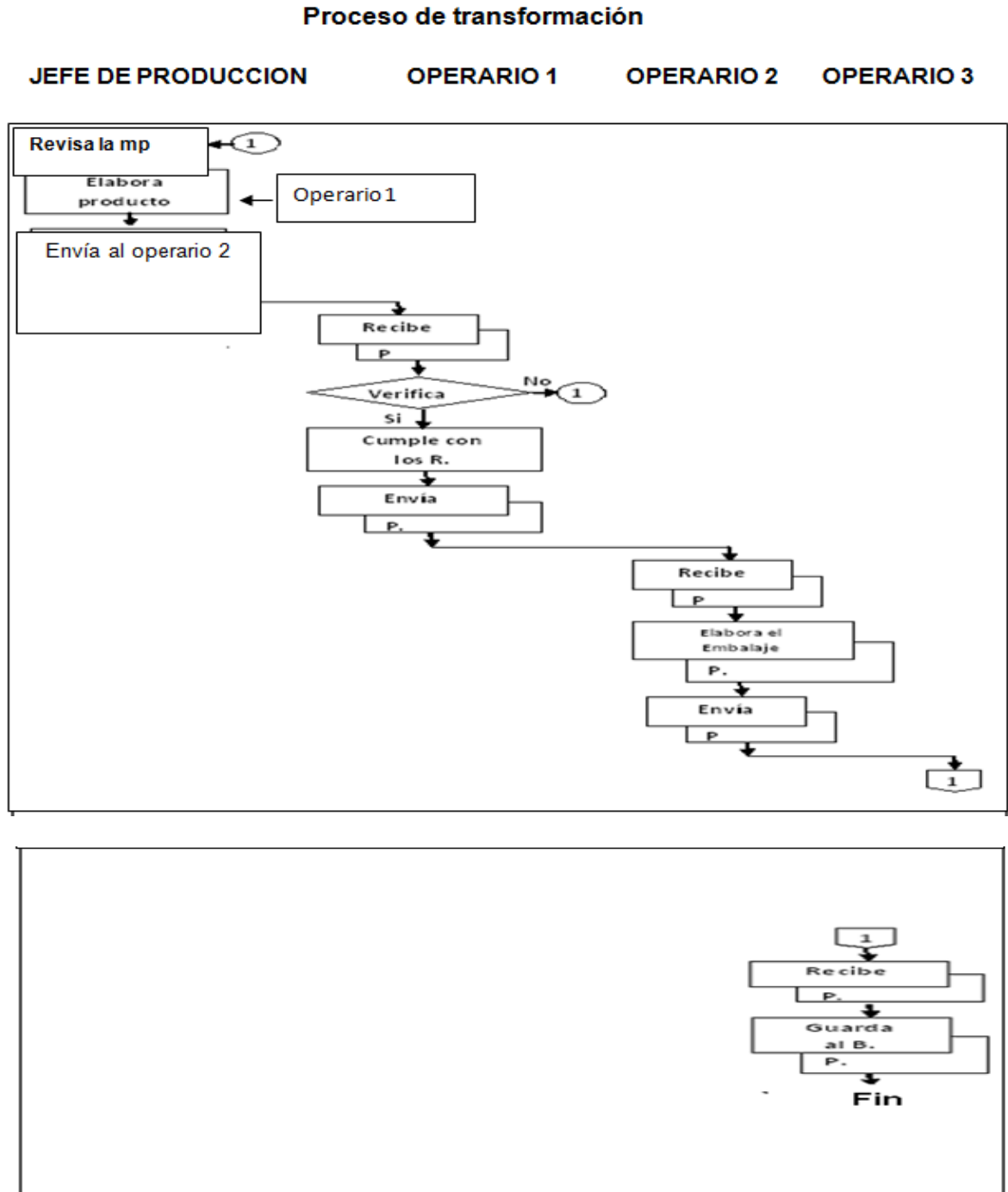
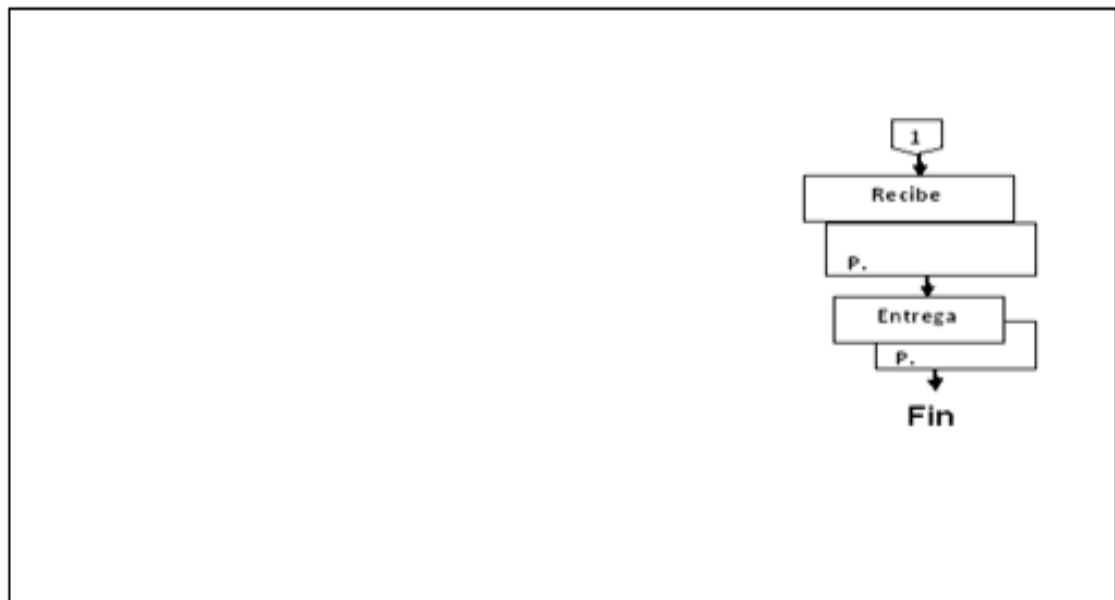
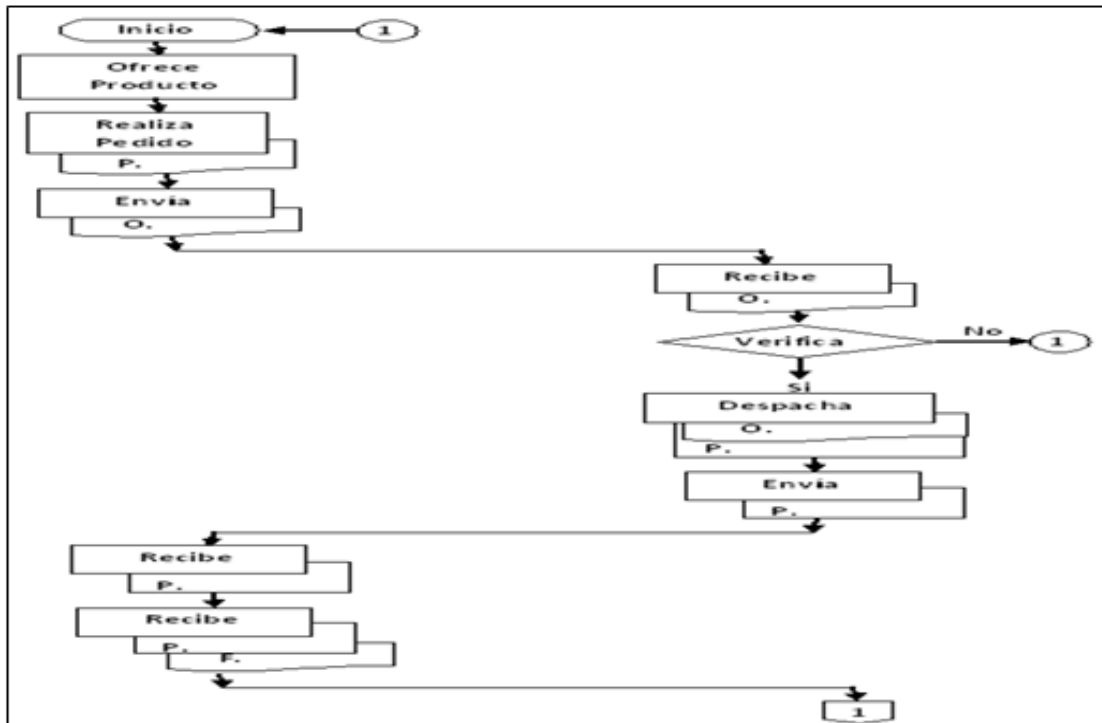


Figura 19. Proceso de comercialización

Proceso de Comercialización

Asistente

Jefe de bodega.

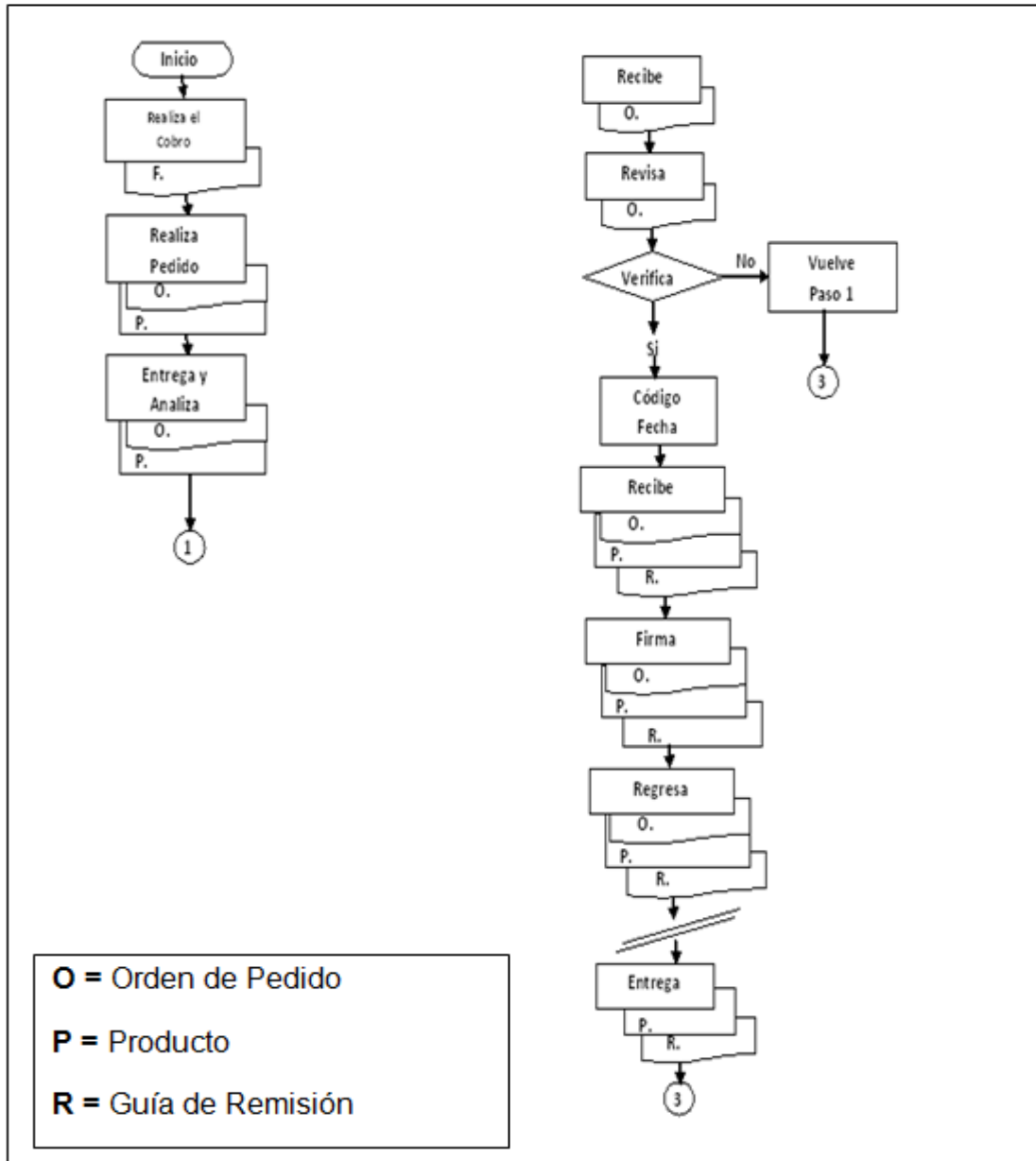


Proceso de Distribución

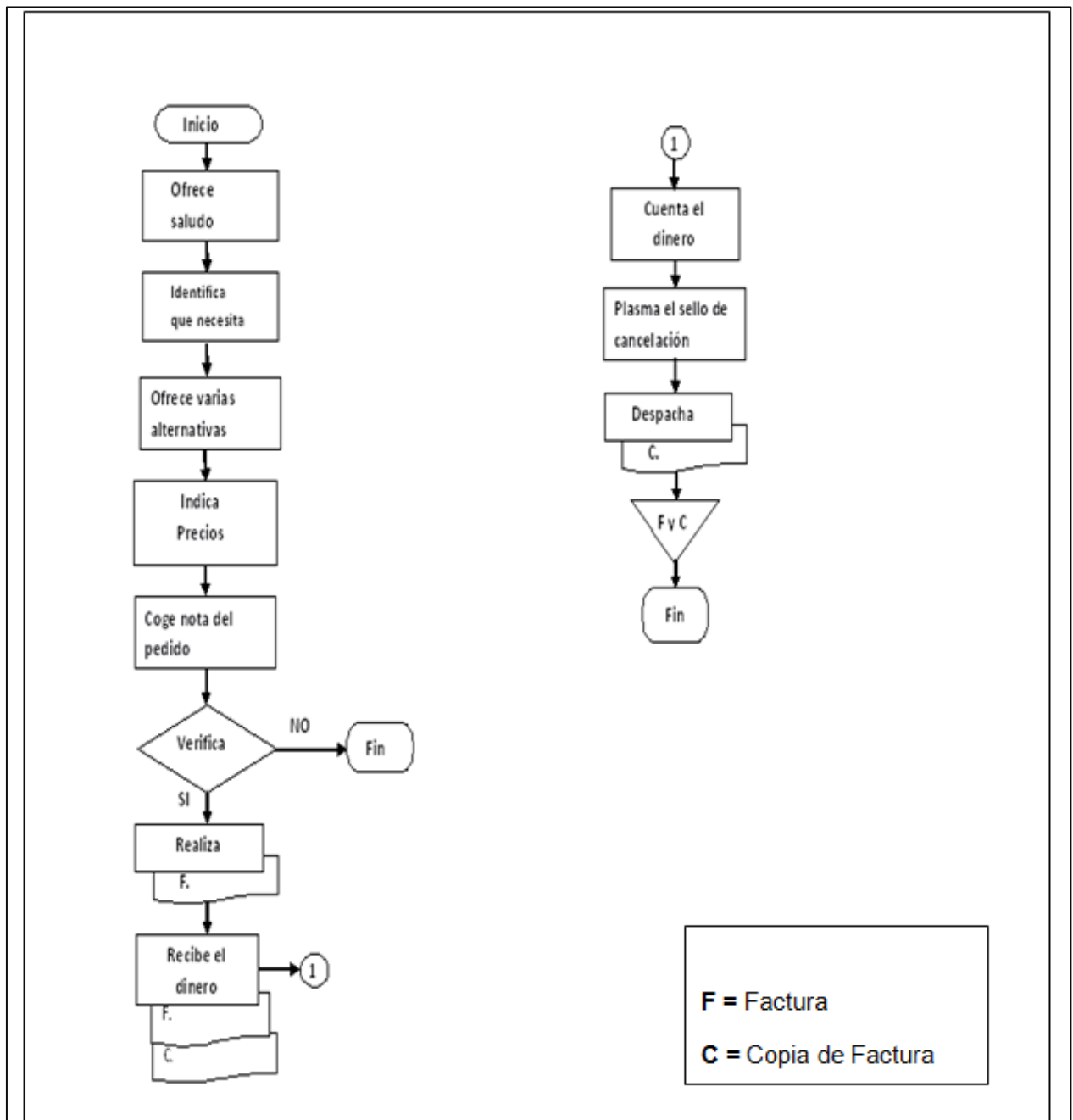
Figura 20. Proceso de distribución

Asistente

Jefe de Bodega



Proceso de Facturación
Asistente y Jefe de bodega
Figura 21. Proceso de facturación



✓ **Análisis FODA:**

Cuadro 21. FODA

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El producto es innovador. ✓ Tecnología adecuada. ✓ Personal apto para laborar. ✓ Ética y profesionalismo. ✓ Excelente atención al cliente. ✓ Instalaciones e infraestructura propia. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inversión alta. ✓ El producto es desconocido en el mercado. ✓ No se cuenta con socios que inyecten capital. ✓ Existencia de productos sustitutos en el mercado. ✓ El mantenimiento de las maquinarias es hecho por personal contratado. ✓ Algunos proveedores se encuentran fuera de la ciudad.
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carencia de competencia. ✓ Se cuenta con normas de calidad que respaldan el producto. ✓ El producto es para el público en general. ✓ Las instalaciones de la planta agroindustrial están alejadas de la población por lo que no genera contaminación. ✓ No existe una mermelada creada a base de mamey Cartagena en el mercado. ✓ Primera planta agroindustrial creada para la fabricación de mermeladas en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Producto desconocido, por lo tanto produce inseguridad en consumir algo nuevo por parte de los clientes. ✓ Desastres naturales que afecten la producción del mamey “Cartagena”. ✓ Escases de la materia prima. ✓ Pocos interesados en comercializar el producto. ✓ Pocos productores de materia prima. ✓ Incremento de la competencia

Análisis FO-FA-DO-DA

Este tipo de análisis sirve para analizar la empresa tanto interna como externamente, así podemos darnos cuenta de los factores ofensivos y favorables para la organización, dándole una solución, mediante la implementación de estrategias mediaras y oportunas.

Generalmente dicho análisis se realiza mediante una matriz, donde ubicamos de manera secuencial las fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas, combinándolas y dándoles estrategias que permitan contrarrestarlas.

El tipo de estrategias que se da es en base a:

Estrategias de fuerzas y debilidades

Estrategias de debilidades y oportunidades

Estrategias de fuerzas y amenazas,

Estrategias de debilidades y amenazas.

Una manera de hacerlo es preguntándose lo siguiente:

- ✓ ¿Cómo aprovechar al máximo los puntos fuertes?

- ✓ ¿Cómo eludir sus debilidades?

- ✓ ¿Cómo aprovechar al máximo sus oportunidades?

- ✓ ¿Cómo manejar sus amenazas?

MATRIZ FO-FA-DO-DA

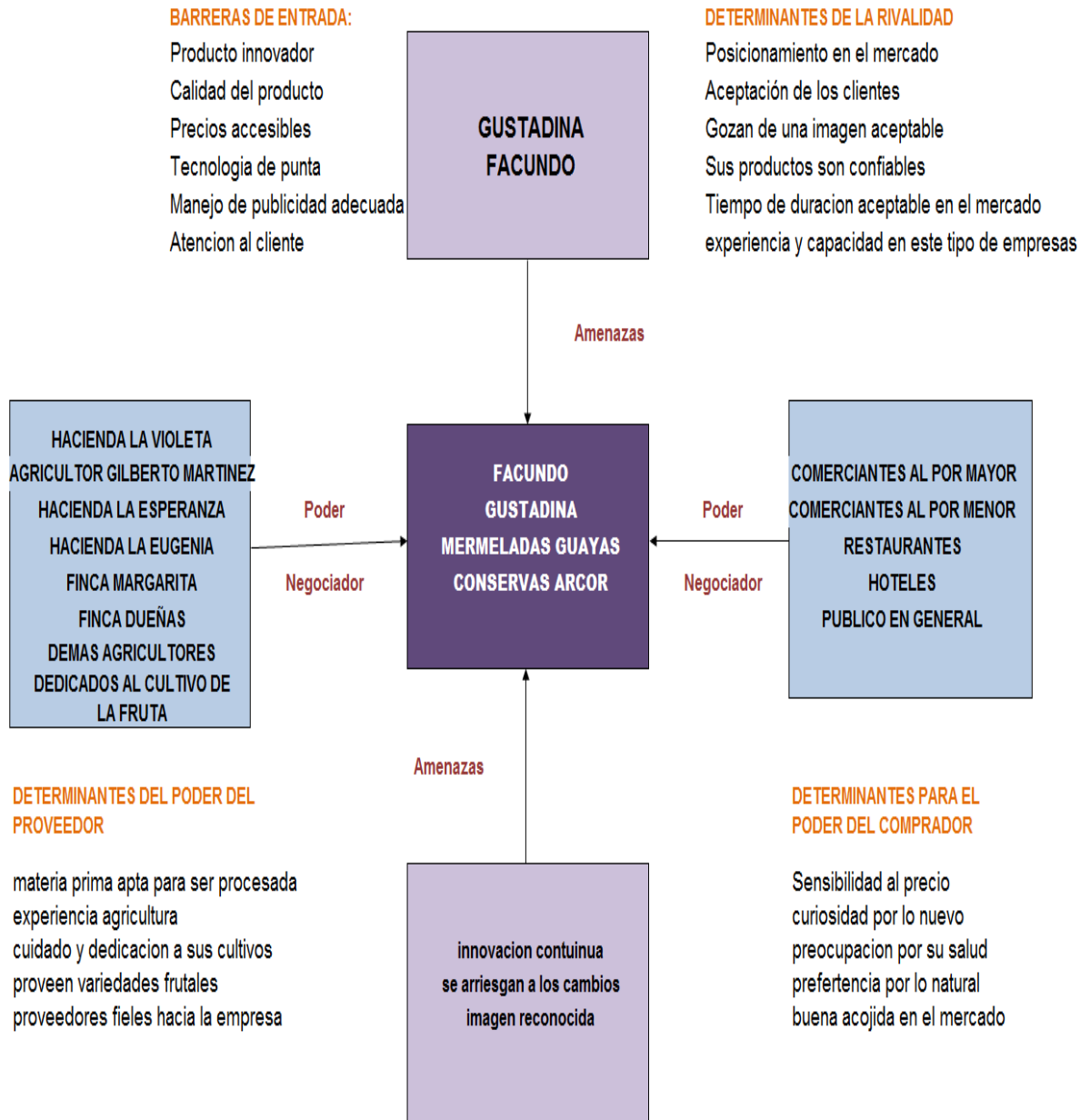
Cuadro 22. FO-FA-DO-DA

<p>ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>CARENCIA DE COMPETENCIA. PRIMERA PLANTA AGROINDUSTRIAL CREADA PARA LA FABRICACION DE MERMELADAS EN EL CANTON. NORMAS DE CALIDAD QUE RESPALDAN EL PRODUCTO. NO EXISTE UNA MERMELADA CREADA A BASE DE MAMEY "CARTAGENA" EN EL MERCADO. LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA ESTAN ALEJADAS DE LA POBLACION POR LO TANTO NO GENERA CONTAMINACION. EL PRODUCTO ES CREADO PARA EL PUBLICO EN GENERAL.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>PRODUCTO DESCONOCIDO POR LO TANTO GENERA INSEGURIDAD EN CONSUMIR ALGO NUEVO POR PARTE DE LOS CLIENTES. DESASTRES NATURALES QUE AFECTEN LA PRODUCCION DEL MAMEY "CARTAGENA". ESCASES DE LA MATERIA PRIMA POCOS INTERESADOS EN COMERCIALIZAR EL PRODUCTO. POCOS PRODUCTORES DE MATERIA PRIMA. INCREMENTO DE LA COMPETENCIA.</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>EL PRODUCTO ES INNOVADOR TECNOLOGIA ADECUADA ETICA Y PROFESIONALISMO PERSONAL APTO PARA ELABORAR EXCELENTE ATENCION AL CLIENTE INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURA PROPIA</p>	<p>FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Realizar una solida campaña publicitaria para promover la comercializacion de las mermeladas de mamey "cartagena". 2.- Crear alianzas con expertos en mantenimiento de maquinarias, equipos y sistemas. 3.- Contratar personal confiable y comprometido, exentos de revelar detalles de la empresa y sus procesos productivos. 	<p>FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- resaltar constantemente las propiedades y bondades del mamey "Cartagena". 2.- Elaborar planes agresivos de marketing y publicidad dirigido a todos los sectores del cantón Milagro y alrededores 3.- generar una estrecha confianza entre la empresa y los proveedores para garantizar la materia prima.
<p>DEBILIDADES</p> <p>INVERSION ALTA. EL PRODUCTO ES DESCONOCIDO EN EL MERCADO. NO SE CUENTA CON SOCIOS QUE INYECTEN EL CAPITAL. EXISTENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS EN EL MERCADO. EL MANTENIMIENTO DE LAS MAQUINARIAS ES HECHO POR PERSONAL CONTRATADO. ALGUNOS PROVEEDORES SE ENCUENTRAN FUERA DE LA CIUDAD.</p>	<p>DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- buscar socios que inyecten de capital a la empresa. 2.- buscar alianzas con comerciantes mayoristas a fin de que introduzcan el producto al mercado. 3.- Contar con tecnologia de punta que garantice la calidad del producto 	<p>DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- obtener una amplia cartera de proveedores en caso de escases de materia prima 2.- Evaluar periódicamente el desarrollo de los programas que ejecuta la competencia 3.- Capacitar periodicamente a los empleados a fin de que incrementen su capacidad laboral y productiva.

✓ **Fuerzas de Porter:**

Figura 22. Fuerzas Porter.

LAS CINCO FUERZAS DE PORTER DE LA PLANTA AGROINDUSTRIAL ELABORADORA DE MERMELADA DE MAMEY "CARTAGENA"



AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

La existencia de nuevos competidores en este tipo de negocio es fuerte, ya que en la actualidad el mercado de mermeladas se encuentra en una etapa de crecimiento debido a que ofrecen diversidad de sabores, ocasionando una amenaza para la empresa ya que da la oportunidad a otras personas para que establezcan un negocio similar, ofreciendo parte de los servicios que se va a ofrecer y como consecuencia ponga en riesgo nuestra participación en este segmento.

BARRERAS DE ENTRADA

Imagen del servicio

La empresa brindará servicios de excelente calidad con expertos en la elaboración de mermeladas altamente calificadas, se contará con la mejor materia prima, para la preparación de la mermelada, lo cual permitirá proyectar un producto innovador y de calidad, utilizando siempre tecnología de punta que garantice la buena imagen del producto reflejado en su calidad.

Políticas de gobierno

- 1.- La inestabilidad económica del gobierno
- 2.- Excesivo trámites para constitución de empresas
- 3.- Ineficiencia de control en las Oficinas de Aduanas.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Dentro de la rivalidad tenemos a las mermeladas Facundo, Gustadina, Industria Conservera Guayas S.A. y también existen las conservas caseras las cuales al tener cierto conocimiento empírico en las artes culinarias tienen su espacio en el mercado, sin embargo, no cuentan con un negocio estable y formal para brindar sus productos, pero los ofrecen bajo costo.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Para el servicio que la planta agroindustrial ofrecerá, existe un producto sustituto como: Conservas, dulces y otras presentaciones que ofrecen las cuales constituyen una amenaza para la empresa, ya que ahorran tiempo a las amas de casa.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

En este país las empresas de mermeladas y demás negocios que ofrecen un servicio similar se encuentran en una etapa de constante crecimiento debido a la alta demanda por parte de la población, a pesar de ello se presentan muchas faltas de compromiso por parte de los proveedores, esto afectaría la rentabilidad de las empresas, aumentando el costo de sus entregas y reduciendo la calidad del producto.

Para la adquisición de la materia prima e ingredientes para la preparación de la mermelada, se cuenta con diversos proveedores tanto nacionales como internacionales.

Se ha establecido alianzas con reconocidas firmas comerciales las cuales nos entregarán mameyes “Cartagena” de excelente calidad y a un precio cómodo, continuando además con un constante estudio de mercado para conocer nuevas oportunidades de adquisición.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Para el negocio se constituye en una amenaza los clientes que consideran que el precio del producto es elevado, por la desconfianza que aún impera en las personas debido a la mala información y temor a probar algo nuevo, ya que los clientes buscan siempre obtener productos de igual similitud y que sean de menor costo, esto genera que los establecimientos y organizaciones reduzcan los precios para llegar a los clientes y ser competitivos en el mercado.

Nuestra fortaleza se encuentra en que existen clientes que están dispuestos a pagar por un buen producto los mismos que son realizados por profesionales expertos en la elaboración de mermeladas.

✓ Marketing Mix

Producto: nuestra materia prima proviene de proveedores capacitados en su área en este caso la agricultura, de allí partimos por un proceso de selección de la materia prima hasta llegar a lo que es el producto final, el cual es respaldado por las normas de calidad vigentes.

Nuestro producto será ofrecido estratégicamente a nuestros clientes considerando sus necesidades, en este caso se crearan distintos tamaños y presentaciones.

Tipo de producto:

- ✓ Mermeladas

Sabores:

El sabor y fruta elegida para su fabricación es una fruta exótica y con altos contenidos de nutrientes y beneficios como lo es:

- ✓ Mamey “Cartagena”

Los tipos de mermeladas que se ofrecen son:

Normal: endulzada con azúcar y glucosa

Ofrecemos nuestras mermeladas en los siguientes tamaños y presentaciones:

Cuadro 23. Presentación y contenido del producto

Tamaño	Presentación	Contenido Neto
Familiar	Envase de vidrio	250 gr.
Familiar	Envase de Vidrio	500 gr.

Elaborado por: Katherine Martínez

Lo que buscamos con esto es satisfacer de la mejor manera el paladar de nuestros clientes, ya que ellos son la base fundamental del motivo y existencia de nuestra empresa, brindando siempre un producto de alta calidad.

- ✓ **Precio:** El precio destinado para las mermeladas hechas a base de mamey “Cartagena” será acorde al precio de competencia, ya que en el mercado existe variedad de frutas bases de algunas marcas de mermeladas y conservas, la competencia es un factor relevante dentro del mercado, por lo que los precios compiten día a día y la calidad no se hace esperar.

Precios de la competencia.

Cuadro 24. Precios de la competencia

Gustadina	Facundo	Snob	San Jorge
1.50 (250 gr)	1.79 (250 gr)	1.60 (250 gr)	1.59 (250gr)
2.80 (500 gr)	2.56 (500 gr)	2.70 (500gr)	2.86 (500gr)

Elaborado por: Katherine Martínez

Precios del producto.

Cuadro 25. Precios del producto.

Delicias Cartagena
1.60 (250 gr)
2.40 (500 gr)

Elaborado por: Katherine Martínez

✓ **Plaza:**

Nuestro mercado objetivo donde deseamos acaparar más atención es el mercado al por mayor y menor, en este caso los supermercados mayoristas y minoristas.

Ya que de allí depende la estrategia de introducir el producto a los hogares, y así poder acaparar clientela.

A demás de ofrecer un excelente trato y confianza para así contraer lazos que generen una sólida negociación que nos permita establecernos y posicionarnos en un mercado cambiante e innovador.

✓ **Promoción:**

El tipo de empresa que implementamos requiere de publicidad y más aún por ser nueva en la región y el producto a ofrecer es totalmente innovador.

Con esto se busca ser aceptado y reconocido en el mercado objetivo para su distribución y consumo.

Mediante la publicidad buscamos introducirnos en la mente del consumidor, crear una dependencia hacia el producto, que el cliente se sienta totalmente satisfecho al momento de su consumo.

La publicidad se la planificara y ejecutara de la siguiente manera:

Vallas publicitarias:

Figura 23. Valla publicitaria



Elaborado por: Katherine Martínez

Las vallas publicitarias forman parte habitual del paisaje urbano, lo que buscamos es introducirnos en la mente del consumidor mediante la visión, provocarles el deseo de consumir y mediante este satisfacer sus necesidades.

Radio:

Figura 24. Publicidad radial.



Fotografía tomada por: Ricardo Chamorro

Se necesita de un buen anuncio radial para llegar a la mente del consumidor y despertar en el, deseo de y poder de consumir, este mensaje debe llenar las expectativas de los radio-escuchadores teniendo muy en cuenta los tres principios fundamentales del mismo, como lo son:

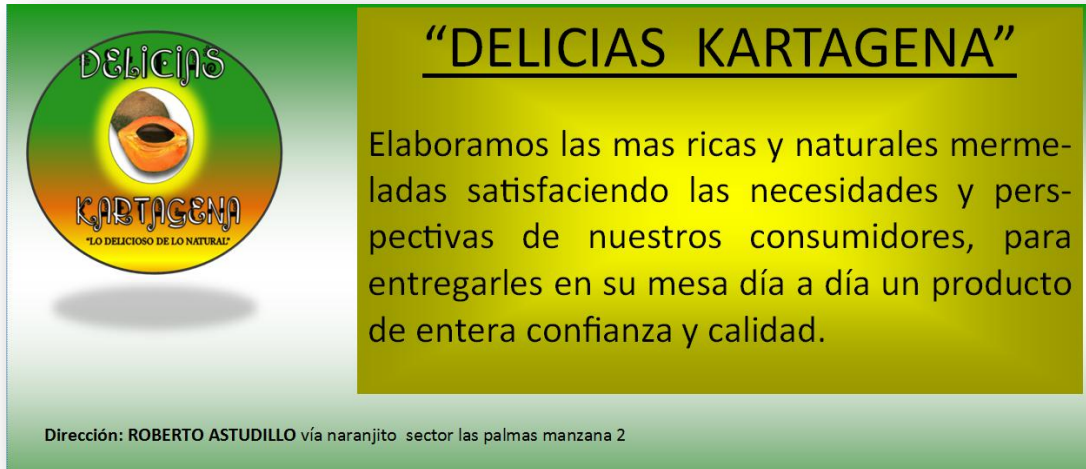
Incertidumbre: todo ser humano no siempre se preocupa por lo que ya sabe, sino por lo que queda por saber, de esta manera se aprovecha catapultando un mensaje que cubra toda interrogante.

Inferencias: con esto se busca generar dudas sobre aquello que se va a publicitar, dudas encaminadas de una manera positiva para nuestro producto, así se hace más interesante el mensaje y el radio-escucha llega hasta el final con la misma espera y atención para descubrir de qué se trata el mismo.

Descubrimiento: con esto se logra desaparecer cualquier interrogante, ya que es el punto donde el radio-escucha llega a saber de qué se trata el mensaje.

Volantes:

Figura 25. Volante



Elaborado por: Katherine Martínez

Buscamos publicitar mano a mano nuestro producto, captando la atención de nuestros posibles clientes, explicando de una manera precisa y concisa de que se trata el asunto.

Tarjetas de presentación:

Figura 26. Tarjeta de presentación.



Elaborado por: Katherine Martínez

Esto representa la cara de nuestra empresa, con esto buscamos reforzar nuestra imagen y nuestros objetivos empresariales, ya que mediante ellas otorgaremos con precisión acerca del lugar, dirección y teléfonos donde ubicarnos y contactarnos, para pactar un posible negocio.

Paginas sociales (Facebook):

Figura 27. Pagina en Facebook.



Elaborado por: Katherine Martínez

El objetivo de este tipo de publicidad es aprovecharse de la cantidad de personas que se unen a esta red social, para mostrarles detalles de nuestra empresa y producto, para así lograr familiarización con los mismos.

Muestras gratis:

Figura 28. Muestras gratis.



Elaborado por: Katherine Martínez

Se entregaran muestras gratis en los supermercados donde se comercializara el producto, con el afán de que los consumidores se familiaricen con el sabor de nuestras mermeladas, y así inducirlos a su consumo permanente.

Trípticos:

Figura 29. Tríptico.

Parte exterior

Parte interior



Elaborado por: Katherine Martínez

Los trípticos contendrán información más profunda acerca del origen y fundamento de nuestra empresa y su producto, y serán entregados junto con las muestras gratis de mismo, para una mayor información y respaldo de la calidad del producto promocionado.

PROCESO DE ELABORACION

Selección

Figura 30. Mameyes “Cartagena”



Lo que se busca y pretende con este paso es eliminar cualquier fruta en mal estado que pueda alterar o malograr el proceso de elaboración de la mermelada.

PESADO

Figura 31. Balanza de pesado.



Pesar la fruta es de suma importancia ya que por medio de ello medimos las cantidades de ingredientes que necesitamos para la preparación del producto final.

LAVADO

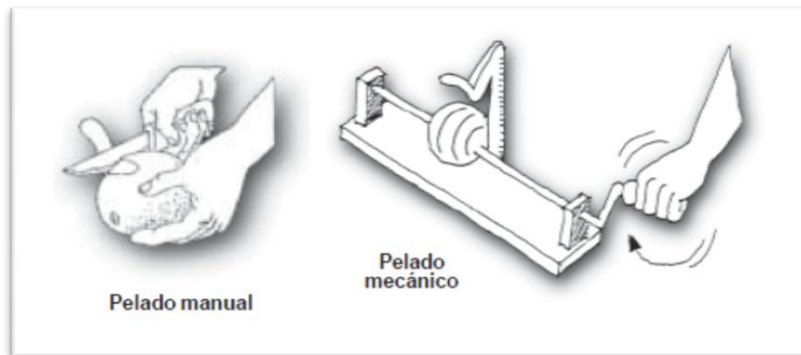
Figura 32. Proceso de lavado



Este paso consta de tres fases importantes las cuales nos ayudaran a obtener una fruta totalmente limpia y desinfectada apta para la preparación de las mermeladas.

PELADO

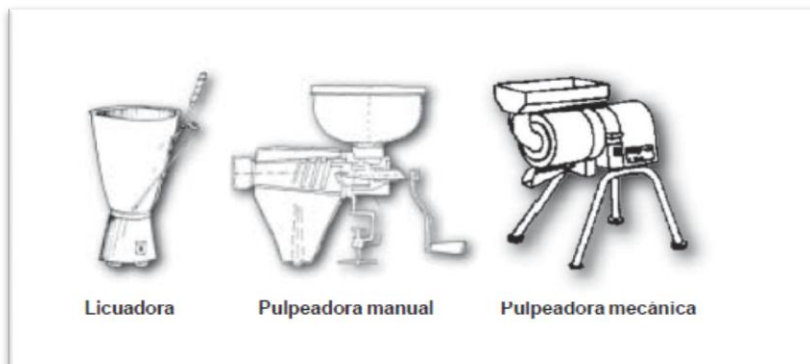
Figura 33. Formas de pelado.



Es de mucha importancia saber pelar la fruta, para que no valla con ningún residuo de corteza a la preparación de la mermelada, el pelado se puede dar de dos maneras, la primera en forma manual pero tomaría mucho tiempo, la segunda en forma mecánica mediante maquinas, es más recomendable la segunda opción para poder obtener un producto de más alta calidad.

PULPEADO

Figura 34. Instrumentos de pulpeado.



La fase de pulpeado consiste en dejar la fruta libre de cascara y pepas, se lo puede hacer mediante licuadoras o pulpeadoras manuales, es una manera tradicional a nivel artesanal o semi-industrial, o en caso de ser nivel industrial se lo realiza mediante pulpeadoras mecánicas, el cual es nuestro caso.

PRE COCCIÓN Y COCCION

Figura 35. Proceso de cocción



La etapa de pre cocción se la hace con la finalidad de romper suavemente la membrana de la fruta y de esta manera extraer la pectina que posteriormente le dará el punto de gelificación a la mermelada.

Se le añade agua a la fruta evitando que se queme la cantidad de agua que se añade también va a depender de que tanto jugosa sea la fruta. La fruta deberá hervir de 10 a 15 minutos y posteriormente se le hecha el azúcar.

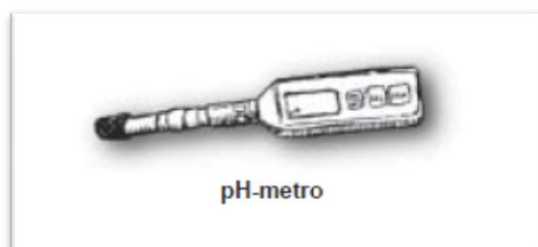
El punto de cocción llega una vez implementado los pasos de la pre cocción, este punto es el de mayor importancia, para ello los operadores requieren de mucha destreza para poder llegar a la obtención de un producto final de alta calidad.

ADICIÓN DEL AZÚCAR Y ÁCIDO CÍTRICO

Este paso se da una vez que el producto esta en proceso de cocción y el volumen se halla reducido a un tercio, se procede a añadir el acido cítrico y la mitad del azúcar, esto se lo hace de manera directa. Se recomienda que por cada kg de pulpa se le añada de 800 a 1000 gr de azúcar.

Cálculo de ácido cítrico

Figura 36. Ph metro



Toda fruta tiene su ácido cítrico natural, pero en la preparación de mermeladas la acidez tiene que ser controlada y regulada y esto se lo hace mediante un instrumento denominado pH metro.

La mermelada tiene que llegar a un pH de 3.5, esto garantiza la conservación y calidad del producto.

Cuadro 26. Ph de la pulpa del mamey “Cartagena”

pH de la Pulpa	Cantidad de Acido Cítrico a añadir
3.5 a 3.6	1 a 2 gr. / kg. de pulpa
3.6 a 4.0	3 a 4 gr. / kg de pulpa
4.0 a 4.5	5 gr. / kg de pulpa
Más de 4.5	Más de 5 gr. / kg de pulpa

Elaborado por: Katherine Martínez

PUNTO DE GELIFICACIÓN

Finalmente en este punto se añade la pectina con el resto de azúcar que falta por añadir, se debe de evitar los grumos, es por esta razón que se debe remover la masa lo menos posible.

El punto de cocción estará listo cuando se halla obtenido el porcentaje de solidos solubles deseados entre el 65-68 %, se deben toma muestras periódicas de la mermelada para controlar su consistencia y sabor.

Prueba del termómetro

Se utiliza un termómetro de alcohol tipo caramelero, hay que graduar el termómetro hasta 110° C.

Se le adiciona los conservantes necesarios para su preservación, una vez alcanzado el famoso punto de gelificación.

Figura 37. Refractómetro.



TRASVASE

Una vez terminado todo el proceso de la mermelada se procede al trasvase, es decir una vez que se ha enfriado la mermelada se procede a cambiarlo de sitio con el fin de eliminar la espuma que se forma normalmente en la elaboración de la mermelada, todo esto con el afán de evitar la sobre cocción.

ENVASADO

Este se realiza en caliente a una temperatura no menor de 85° C se mejora la fluidez y es mejor el proceso de envasado.

ENFRIADO

Una vez envasado el producto debe ser enfriado rápidamente para asegurar la calidad del producto y la formación del vacío dentro del envase, que no es otra cosa que la contracción de la mermelada dentro del envase, que viene a ser una parte muy importante para la conservación del producto.

ETIQUETADO

Figura 38. Máquina de etiquetado.



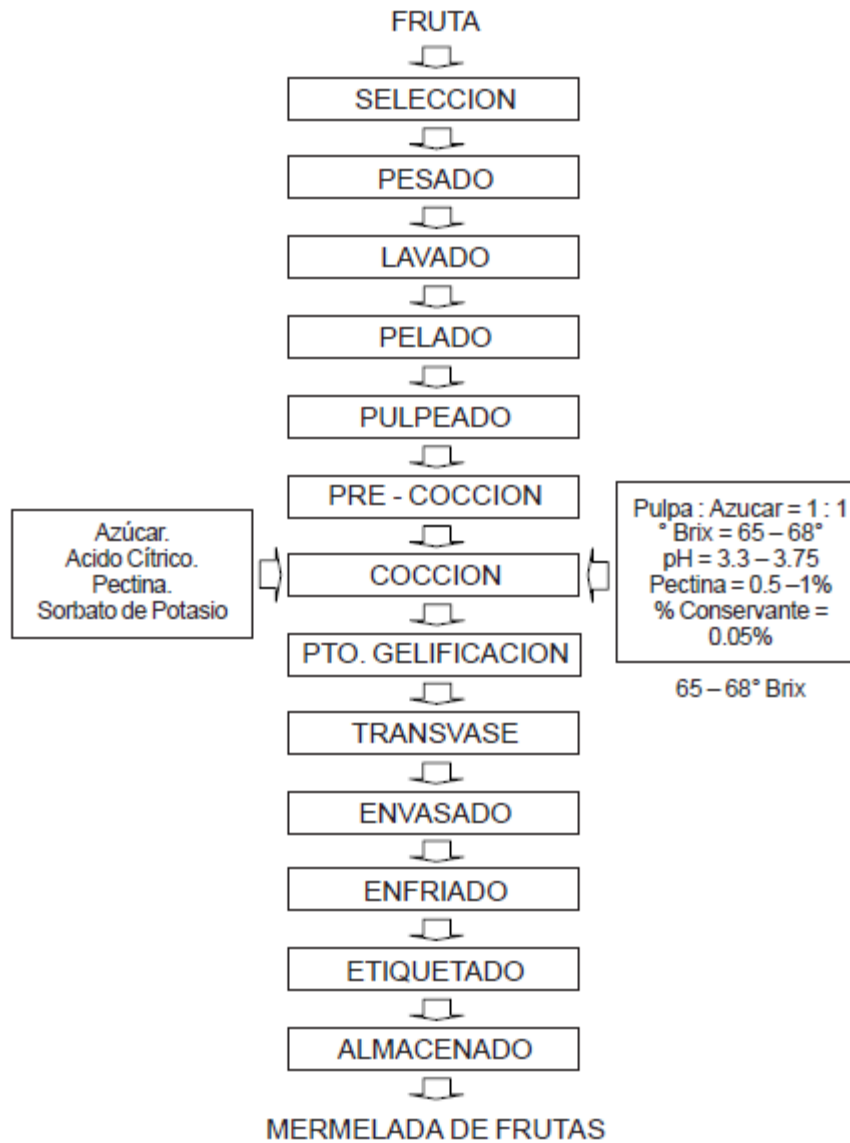
Esta es la etapa final del producto, aquí se debe incluir toda la información acerca del producto.

ALMACENADO Y DISTRIBUCION

Luego de todo estos pasos se procede a almacenar el producto en la bodega, para su posterior distribución a sus diferentes puntos de venta.

Figura 39. Proceso de elaboración.

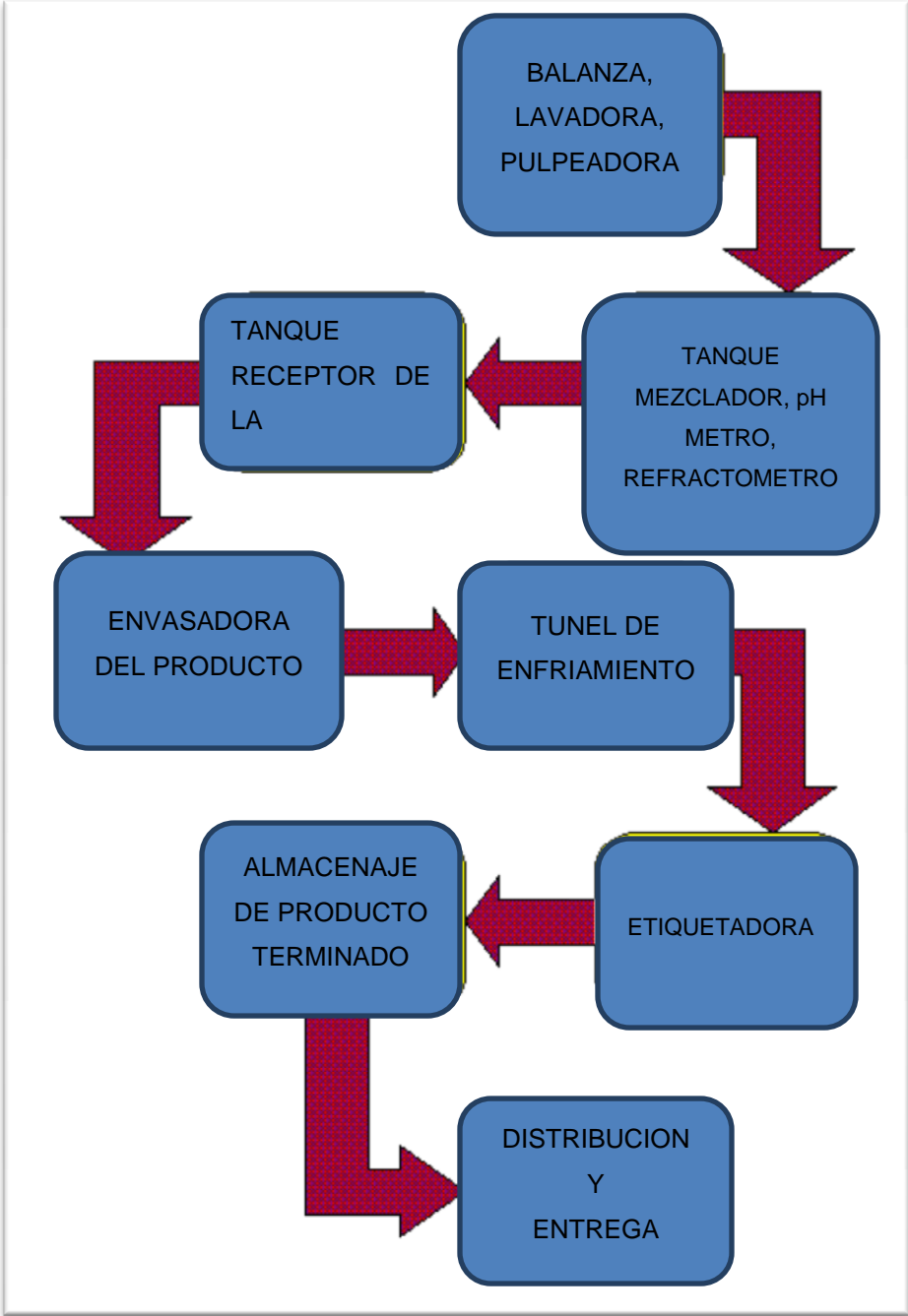
Flujo de procesamiento



Elaborado por: Katherine Martínez

FLUJO DE MATERIALES

Figura 40. Ubicación de los materiales en producción.



Elaborado por: Katherine Martínez

5.7.2 Recursos, Analisis Financiero.

Variables

Cuadro 27. Variables ingresos-gastos

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	3%

Cuadro 28. Datos materiales de construccion.

Datos

DELICIAS KARTAGENA			
CANT.	MATERIALES DE CONSTRUCCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
600	Fundas de cemento	6,02	3612,00
330	varillas Correc. Andec 10MM*12M	7,68	2534,40
240	Varillas Correc. Andec 12MM*12M	11,03	2647,20
480	Varillas Correc. Andec 8MM*12M	4,91	2356,80
12000	Bloques	0,50	6000,00
150	Planchas de cinc Dura Techo	33,70	5055,00
84	Correas	17,50	1470,00
1500	Pernos	0,06	90,00
10	Focos	12,00	120,00
20	Interruptores	1,50	30,00
320	ceramica metros	6,80	2176,00
10	alambre libras	1,00	10,00
20	tablas de encofrado	2,80	56,00
20	toma corrientes	1,50	30,00
1	juego de gasfiteria	200,00	200,00
2	Juego de baño	200,00	400,00
	TOTAL	507,00	26787,40

Cuadro 29. Utensilios para medir y preparar.

CANT.	UTENSILIOS PARA MEDIR Y PREPARAR	VALOR UNITARIO	TOTAL
10	Recipientes para la fruta	8,00	80,00
5	Tazas medidoras.	8,55	42,75
5	Cucharas medidoras.	4,00	20,00
2	Balanzas para pesar la fruta	450,00	900,00
1	Batidora profesional	27,00	27,00
4	Espatula de goma	6,99	27,96
5	Cuchillos	3,50	17,50
5	Tajador	4,50	22,50
10	Uniforme para trabajadores	25,00	250,00
5	Tablas de corte de poliuretano duro	4,00	20,00
1	mesa de trabajo	600,00	600,00
2	Extension	15,00	30,00
55	TOTAL	1156,54	2037,71

Cuadro 30. Suministros de oficina

CANT.	SUMINISTROS DE OFICINA	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Carton de Resmas papel A4	32,00	32,00
10	Carpetas de oficina	2,50	25,00
5	grapadoras	2,45	12,25
3	Perforadoras	3,60	10,80
2	Caja de Clip de hojas	1,10	2,20
3	Sellos y tintas	13,00	39,00
50	Sobres manilas	0,07	7,00
2	Cajita de grapas	1,35	2,70
2	Sacagrapas	1,00	2,00
15	Boligrafos	0,25	3,75
5	Liquipaper	1,50	7,50
2	Tinta para impresora	17,00	34,00
100	TOTAL	75,82	178,20

Cuadro 31. Adecuaciones del local.

CANT.	ADECUACIONES DEL LOCAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Pintura	1000	1000
1	Instalación eléctrica	800	800
1	Instalación del Aire acondicionado	600	600
1	Letrero publicitario	150	150
4	TOTAL	2550	2550

Cuadro 32. Suministros de limpieza.

CANT.	SUMINISTROS DE LIMPIEZA	VALOR UNITARIO	TOTAL
2	Escoba plástica cerda suave	2,46	4,92
2	Recogedor	2,05	4,10
2	Trapeador	2,46	4,92
2	Cepillo Sanitario	2,49	4,98
1	Balde común 10 litros	4,50	4,50
2	Desinfectante olimpia 900 cc campina floral	1,85	3,70
1	Guante de afelpado de latex	2,30	2,30
2	Esponja multiuso	0,47	0,94
2	Franela	1,72	3,44
5	Cestos de basura	5,40	27,00
2	Paquete de Jabon protex x3	2,87	5,74
2	Papel higienico scott plus jumbo x4 rollos 440 g	2,03	4,06
25	TOTAL	30,60	57,68

Cuadro 33. Inversion de activos fijos.

DELICIAS KARTAGENA			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
5	Escritorio	250,00	1.250,00
5	silla ejecutivas	100,00	500,00
6	Sillas de espera	25,00	150,00
5	Archivadores de 2 gavetas	90,00	450,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			2.350,00
EQUIPO Y MAQUINARIA			
1	TUNEL DE ENFRIAMIENTO	3.000,00	3.000,00
1	CAMARA DE REFRIGERACION	5.500,00	5.500,00
1	LAVADORA DE FRUTA	2.300,00	2.300,00
1	CORTADORA DE FRUTA	89,50	89,50
1	PELADORA DE FRUTA	951,00	951,00
1	DESPULPADORA DE FRUTA	1.250,00	1.250,00
1	ENVASADORA	8.000,00	8.000,00
1	ETIQUETADORA	2.800,00	2.800,00
2	OLLAS INDUSTRIALES	150,00	300,00
1	TANQUE DOSIFICADOR	2.000,00	2.000,00
1	SELLADORA	407,17	407,17
1	COCINAS INDUSTRIALES	450,00	450,00
1	MAQUINA DE EMPAQUE	4.800,00	4.800,00
TOTAL DE MAQUINARIA			31.847,67
HERRAMIENTAS			
1	MATERIALES	2.037,71	2.037,71
TOTAL DE HERRAMIENTAS			2.037,71
VEHICULO			
2	Aire acondicionados	800,00	1.600,00
3	Teléfono con línea telefónica	150,00	450,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			2.050,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
5	Computadora Marca LG	750,00	3.750,00
3	Impresora multifunción	125,00	375,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			4.125,00
EDIFICIO			
1	Local	27000,00	27000,00
TOTAL DE EDIFICIO			27000,00
TERRENO			
400	PREDIO 400 METROS CUADRADOS	30,00	12000,00
TOTAL DE TERRENO			12000,00
VEHICULO			
1	CAMION CRONOS CAPACIDAD TRES TONELADAS	21900,57	21900,57
TOTAL DE VEHICULO			21900,57
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			103.310,95

Cuadro 34. Depreciación de los activos fijos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.350,00	10%	19,58	235,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.125,00	33%	113,44	1.361,25
EQUIPO DE OFICINA	2.050,00	10%	17,08	205,00
EDIFICIO	27.000,00	20%	450,00	5.400,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	31.847,67	10%	265,40	3.184,77
VEHICULO	21.900,57	20%	365,01	4.380,11
TOTAL	89.273,24		1.230,51	14.766,13

Cuadro 35. Sueldos y salarios

NÓMINA AÑO 1										
PERSONAL										
		BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL	
600	1	GERENTE	600,00	50,00	22,00	25,00	74,10		771,10	9.253,20
500	1	JEFE DE PRODUCCIÓN	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		646,25	7.755,00
300	3	OPERARIOS	900,00	75,00	22,00	37,50	111,15		1.145,65	13.747,80
500	1	CONTADOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		646,25	7.755,00
300	1	ASISTENTE	300,00	25,00	22,00	12,50	37,05		396,55	4.758,60
420	1	JEFE DE BODEGA	420,00	35,00	22,00	17,50	51,87		546,37	6.556,44
300	1	CHOFER	300,00	25,00	22,00	12,50	37,05		396,55	4.758,60
292	1	ALMACENADOR	292,00	24,33	22,00	12,17	36,06		386,56	4.638,74
TOTAL			3.812,00						4.935,28	59.223,38

NÓMINA AÑO 2										
PERSONAL										
		BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
		GERENTE	618,00	51,50	22,00	25,75	76,32	51,48	692,41	8.308,88
		JEFE DE PRODUCCIÓN	515,00	42,92	22,00	21,46	63,60	42,90	580,67	6.968,06
		OPERARIOS	927,00	77,25	22,00	38,63	114,48	77,22	1.027,61	12.331,32
		CONTADOR	515,00	42,92	22,00	21,46	63,60	42,90	580,67	6.968,06
		ASISTENTE	309,00	25,75	22,00	12,88	38,16	25,74	357,20	4.286,44
		JEFE DE BODEGA	432,60	36,05	22,00	18,03	53,43	36,04	491,28	5.895,41
		CHOFER	309,00	25,75	22,00	12,88	38,16	25,74	357,20	4.286,44
		ALMACENADOR	300,76	25,06	22,00	12,53	37,14	25,05	348,26	4.179,17
TOTAL			3.926,36						4.435,32	53.223,78

NÓMINA AÑO 3										
PERSONAL										
		BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
		GERENTE	636,54	53,05	22,00	26,52	78,61	53,02	712,52	8.550,22
		JEFE DE PRODUCCIÓN	530,45	44,20	22,00	22,10	65,51	44,19	597,43	7.169,19
		OPERARIOS	954,81	79,57	22,00	39,78	117,92	79,54	1.057,78	12.693,33
		CONTADOR	530,45	44,20	22,00	22,10	65,51	44,19	597,43	7.169,19
		ASISTENTE	318,27	26,52	22,00	13,26	39,31	26,51	367,26	4.407,11
		JEFE DE BODEGA	445,58	37,13	22,00	18,57	55,03	37,12	505,36	6.064,36
		CHOFER	318,27	26,52	22,00	13,26	39,31	26,51	367,26	4.407,11
		ALMACENADOR	309,78	25,82	22,00	12,91	38,26	25,80	358,05	4.296,63
TOTAL			4.044,15						4.563,09	54.757,14

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	655,64	54,64	22,00	27,32	80,97	54,61	733,23	8.798,81
JEFE DE PRODUCCIÓN	546,36	45,53	22,00	22,77	67,48	45,51	614,70	7.376,34
OPERARIOS	983,45	81,95	22,00	40,98	121,46	81,92	1.088,85	13.066,21
CONTADOR	546,36	45,53	22,00	22,77	67,48	45,51	614,70	7.376,34
ASISTENTE	327,82	27,32	22,00	13,66	40,49	27,31	377,62	4.531,40
JEFE DE BODEGA	458,95	38,25	22,00	19,12	56,68	38,23	519,86	6.238,37
CHOFER	327,82	27,32	22,00	13,66	40,49	27,31	377,62	4.531,40
ALMACENADOR	319,08	26,59	22,00	13,29	39,41	26,58	368,13	4.417,61
TOTAL	4.165,48						4.694,71	41.149,11

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	675,31	56,28	22,00	28,14	83,40	56,25	754,57	9.054,85
JEFE DE PRODUCCIÓN	562,75	46,90	22,00	23,45	69,50	46,88	632,48	7.589,71
OPERARIOS	1.012,96	84,41	22,00	42,21	125,10	84,38	1.120,86	13.450,28
CONTADOR	562,75	46,90	22,00	23,45	69,50	46,88	632,48	7.589,71
ASISTENTE	337,65	28,14	22,00	14,07	41,70	28,13	388,29	4.659,43
JEFE DE BODEGA	472,71	39,39	22,00	19,70	58,38	39,38	534,80	6.417,60
CHOFER	337,65	28,14	22,00	14,07	41,70	28,13	388,29	4.659,43
ALMACENADOR	328,65	27,39	22,00	13,69	40,59	27,38	378,52	4.542,22
TOTAL	4.290,44						4.830,27	57.963,23

Cuadro 36. Detalle de gastos

DETALLE DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	771,10	9.253,20	8.308,88	8.550,22	8.798,81	9.054,85
CONTADOR	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	7.755,00	6.968,06	7.169,19	7.376,34	7.589,71
ASISTENTE	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	4.758,60	4.286,44	4.407,11	4.531,40	4.659,43
JEFE DE BODEGA	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	546,37	6.556,44	5.895,41	6.064,36	6.238,37	6.417,60
CHOFER	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	396,55	4.758,60	4.286,44	4.407,11	4.531,40	4.659,43
ALMACENADOR	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	386,56	4.638,74	4.179,17	4.296,63	4.417,61	4.542,22
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	3.143,38	37.720,58	33.924,40	34.894,62	35.893,94	36.923,23

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
ENERGIA ELECTRICA	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	336,00	346,08	356,46	367,16	378,17
TELEFONO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
COMBUSTIBLE	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
PERMISOS	300,00												300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
SUMINISTRO	200,00		40,00		40,00		40,00		40,00		40,00		400,00	412,00	424,36	437,09	450,20
DEP. MUEBLES Y ENSERES	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	19,58	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	113,44	1.361,25	1.361,25	1.361,25	-	-
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	17,08	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	265,40	3.184,77	3.184,77	3.184,77	3.184,77	3.184,77
DEP. EDIFICIO	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
DEP. VEHICULO	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01	365,01
TOTAL GASTOS GENERALES	1.878,51	1.378,51	1.418,51	1.378,51	1.418,51	1.378,51	1.418,51	1.378,51	1.418,51	1.378,51	1.418,51	1.378,51	13.227,03	13.301,31	13.377,81	12.095,37	12.176,54

OTROS GASTOS		ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MATERIALES DE LIMPIEZA	50,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
	MANTENIMIENTO	35,00						40,00						75,00	77,25	79,57	81,95	84,41
	TOTAL DE OTROS GASTOS	85,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	60,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	345,00	355,35	366,01	376,99	388,30

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	1.000,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	4.520,00	4.655,60	4.795,27	4.939,13	5.087,30
	TOTAL	1.000,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	4.520,00	4.655,60	4.795,27	4.939,13	5.087,30

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		8.228,79	6.833,79	6.873,79	6.872,79	6.873,79	6.833,79	6.994,79	6.872,79	6.903,79	6.833,79	6.873,79	6.872,79	71.751,86	74.150,18	75.988,80	76.521,32	78.471,90

													ANUAL					
	GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	7.713,68	6.318,68	6.358,68	6.357,68	6.358,68	6.318,68	6.479,68	6.357,68	6.388,68	6.318,68	6.358,68	6.357,68	69.585,60	71.983,92	73.822,54	75.716,31	77.666,89
	GASTOS GENERALES	648,00	148,00	188,00	148,00	188,00	148,00	188,00	148,00	188,00	148,00	188,00	148,00	2.476,00	2.550,28	2.626,79	2.705,59	2.786,76
	OTROS GASTOS	85,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	60,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	345,00	355,35	366,01	376,99	388,30
	DEPRECIACION	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	1.230,51	10.751,03	10.751,03	10.751,03	9.389,78	9.389,78
														10.751,03	21.502,05	32.253,08	41.642,86	51.032,63

Cuadro 37. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS																			
CAINT.	DETALLE	VALOR	ENER	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
40000	MAMEY CARTAGENA	0,18	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	86400,00	88992,00	91661,76	94411,61	97243,96
8060	ENVASES	0,20	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	1.612,00	19344,00	19924,32	20522,05	21137,71	21771,84
	BENZOATO DE POTASIO 1200KG	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	1152,00	1186,56	1222,16	1258,82	1296,59
8060	TAPAS DORADAS	0,10	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	9672,00	9962,16	10261,02	10568,86	10885,92
8060	ETIQUETAS	0,10	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	9672,00	9962,16	10261,02	10568,86	10885,92
	TOTAL		10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	126.240,00	130.027,20	133.928,02	137.945,86	142.084,23

Cuadro 38. Costos indirectos.

COSTO INDIRECTO																				
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	ENER	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
20	BALDES	3,00	60,00		-	-	-	-	60,00		-	-	-	-	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06	
3	BOTAS	21,00	21,00						21,00						42,00	43,26	44,56	45,89	47,27	
20	GAVETAS	1,50	30,00								30,00				60,00	61,80	63,65	65,56	67,53	
4	MANDILES	4,00	16,00			16,00				16,00				16,00	64,00	65,92	67,90	69,93	72,03	
8	GORROS	8,00	8,00			8,00				8,00				8,00	32,00	32,96	33,95	34,97	36,02	
12	GUANTES	15,00	15,00			15,00				15,00				15,00	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53	
1	ENERGIA ELECTRICA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1200,00	1236,00	1273,08	1311,27	1350,61	
1	AGUA	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	988,80	1018,46	1049,02	1080,49	
	JEFE DE PRODUCCIÓN (M.O.D)	1	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	646,25	6.968,06	7.169,19	7.376,34	7.589,71	
	OPERARIOS (M.O.D)	300,00	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	1.145,65	7.755,00	12.331,32	12.693,33	13.066,21	13.450,28	
	MANO DE OBRA (CONSTRUCCIÓN)	5000	5000												5000					
TOTAL				2.121,90	1.971,90	1.971,90	2.010,90	1.971,90	1.971,90	2.052,90	2.010,90	2.001,90	1.971,90	1.971,90	2.010,90	15.939,25	21.913,52	22.555,08	23.215,90	23.896,53

Cuadro 39. Presupuesto de ingresos.

DELICIAS KARTAGENA

PRESUPUESTO DE INGRESOS																					
INGRESOS POR VENTA	MAMEY	LITROS DE MERMELADA	ENVASES MERMELADA	PRECIO POR UNIDAD	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MERMELADA 250gr	40000,00	4000,00	8000	1,60	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	153.600,00	161.280,00	169.344,00	177.811,20	186.701,76
MERMELADA DE 500 gr	20000	2000	4000	2,40	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	115.200,00	120.960,00	127.008,00	133.358,40	140.026,32
TOTAL DE INGRESOS				4,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	268.800,00	282.240,00	296.352,00	311.169,60	326.728,08

Cuadro 40. Gramos de mermelada por litro.

UN LITRO DE MERMELADA EQUIVALE A:	ENVASES DE MERMELADAS SON DE :	DE CADA LITRO SE SACA :	EN 50 LITROS SALEN:
500 GRAMOS	250 GRAMOS	2 MERMELADAS	100 MERMELADAS

Cuadro 41. Precio

PRECIO																			
INGRESOS POR VENTA	ENVASES A VENDER	PRECIO	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MERMELADA	8000	1,60	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	12.800,00	153.600,00	161.280,00	169.344,00	177.811,20	186.701,76
480 FRASCOS DE MERMELADA	4000	2,40	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	13.824,00	14.515,20	15.240,96	16.003,01	16.803,16
TOTAL DE INGRESOS		4,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	13.952,00	167.424,00	175.795,20	184.584,96	193.814,21	203.504,92

Cuadro 42. Inversión del proyecto.

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.350,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.125,00
VEHICULO	21.900,57
EQUIPO Y MAQUINARIA	31.847,67
HERRAMIENTAS	2.037,71
EDIFICIO	27.000,00
TERRENO	12.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.050,00
COSTO INDIRECTO	2.121,90
COSTO DIRECTO	10.520,00
TOTAL DE LA INVERSION	115.952,85

Cuadro 43. Financiamiento del proyecto.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		115.952,85
Financiado	30,50%	35.365,62
Aporte Propio	69,50%	80.587,23
		115.952,85
TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	12%	0,12 0,12

Cuadro 44. Préstamo bancario

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	35.365,62	4.243,87

Cuadro 45. Financiamiento, Tabla de amortización

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				35.365,62
1	7.073,12	4.243,87	11.317,00	28.292,50
2	7.073,12	3.395,10	10.468,22	21.219,37
3	7.073,12	2.546,32	9.619,45	14.146,25
4	7.073,12	1.697,55	8.770,67	7.073,12
5	7.073,12	848,77	7.921,90	-
	35.365,62	12.731,62	48.097,24	

Cuadro 46. Financiamiento, tabla de amortización mensual.

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				35.365,62
1	589,43	353,66	943,08	34.776,19
2	589,43	353,66	943,08	34.186,77
3	589,43	353,66	943,08	33.597,34
4	589,43	353,66	943,08	33.007,91
5	589,43	353,66	943,08	32.418,48
6	589,43	353,66	943,08	31.829,06
7	589,43	353,66	943,08	31.239,63
8	589,43	353,66	943,08	30.650,20
9	589,43	353,66	943,08	30.060,78
10	589,43	353,66	943,08	29.471,35
11	589,43	353,66	943,08	28.881,92
12	589,43	353,66	943,08	28.292,50
13	589,43	353,66	943,08	27.703,07
14	589,43	353,66	943,08	27.113,64
15	589,43	353,66	943,08	26.524,21
16	589,43	353,66	943,08	25.934,79
17	589,43	353,66	943,08	25.345,36
18	589,43	353,66	943,08	24.755,93
19	589,43	353,66	943,08	24.166,51
20	589,43	353,66	943,08	23.577,08
21	589,43	353,66	943,08	22.987,65
22	589,43	353,66	943,08	22.398,23
23	589,43	353,66	943,08	21.808,80
24	589,43	353,66	943,08	21.219,37
25	589,43	353,66	943,08	20.629,94
26	589,43	353,66	943,08	20.040,52
27	589,43	353,66	943,08	19.451,09
28	589,43	353,66	943,08	18.861,66
29	589,43	353,66	943,08	18.272,24
30	589,43	353,66	943,08	17.682,81
31	589,43	353,66	943,08	17.093,38
32	589,43	353,66	943,08	16.503,96
33	589,43	353,66	943,08	15.914,53
34	589,43	353,66	943,08	15.325,10
35	589,43	353,66	943,08	14.735,67
36	589,43	353,66	943,08	14.146,25
37	589,43	353,66	943,08	13.556,82
38	589,43	353,66	943,08	12.967,39
39	589,43	353,66	943,08	12.377,97
40	589,43	353,66	943,08	11.788,54
41	589,43	353,66	943,08	11.199,11
42	589,43	353,66	943,08	10.609,69
43	589,43	353,66	943,08	10.020,26
44	589,43	353,66	943,08	9.430,83
45	589,43	353,66	943,08	8.841,40
46	589,43	353,66	943,08	8.251,98
47	589,43	353,66	943,08	7.662,55
48	589,43	353,66	943,08	7.073,12
49	589,43	353,66	943,08	6.483,70
50	589,43	353,66	943,08	5.894,27
51	589,43	353,66	943,08	5.304,84
52	589,43	353,66	943,08	4.715,42
53	589,43	353,66	943,08	4.125,99
54	589,43	353,66	943,08	3.536,56
55	589,43	353,66	943,08	2.947,13
56	589,43	353,66	943,08	2.357,71
57	589,43	353,66	943,08	1.768,28
58	589,43	353,66	943,08	1.178,85
59	589,43	353,66	943,08	589,43
60	589,43	353,66	943,08	0,00

Cuadro 47. Estado de pérdidas y ganancias.

DELICIAS KARTAGENA

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO																		
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	268.800,00	282.240,00	296.352,00	311.169,60	326.728,08	1.485.289,68
(-) COSTO DE VENTAS	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	10.520,00	126.240,00	130.027,20	133.928,02	137.945,86	142.084,23	670.225,30
UTILIDAD BRUTA	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	11.880,00	142.560,00	152.212,80	162.423,98	173.223,74	184.643,85	815.064,38
COSTOS INDIRECTOS	8.228,79	6.833,79	6.873,79	6.872,79	6.873,79	6.833,79	6.994,79	6.872,79	6.903,79	6.833,79	6.873,79	6.872,79	71.751,86	74.150,18	75.988,80	76.521,32	78.471,90	376.884,06
UTILIDAD OPERACIONAL	3.651,21	5.046,21	5.006,21	5.007,21	5.006,21	5.046,21	4.885,21	5.007,21	4.976,21	5.046,21	5.006,21	5.007,21	70.808,14	78.062,62	86.435,19	96.702,43	106.171,94	438.180,32
(-) GASTOS FINANCIEROS	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	353,66	4.243,87	3.395,10	2.546,32	1.697,55	848,77	12.731,62
UTILIDAD ANTES PART. IMP	3.297,55	4.692,55	4.652,55	4.653,55	4.652,55	4.692,55	4.531,55	4.653,55	4.622,55	4.692,55	4.652,55	4.653,55	66.564,27	74.667,52	83.888,86	95.004,88	105.323,17	425.448,69
PARTICIPACION EMPLEADOS	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	832,05	9.984,64	11.200,13	12.583,33	14.250,73	15.798,48	63.817,30
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	2.465,50	3.860,50	3.820,50	3.821,50	3.820,50	3.860,50	3.699,50	3.821,50	3.790,50	3.860,50	3.820,50	3.821,50	56.579,63	63.467,39	71.305,53	80.754,14	89.524,69	361.631,39
IMPUESTO RENTA	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	1.178,74	14.144,91	15.866,85	17.826,38	20.188,54	22.381,17	154.225,15
UTILIDAD NETA	1.286,76	2.681,76	2.641,76	2.642,76	2.641,76	2.681,76	2.520,76	2.642,76	2.611,76	2.681,76	2.641,76	2.642,76	42.434,72	47.600,54	53.479,15	60.565,61	67.143,52	271.223,54

Cuadro 48. Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO									
	AÑO 0	ENE.	FEB.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS									
VENTAS	-	22.400,00	22.400,00	268.800,00	282.240,00	296.352,00	311.169,60	326.728,08	1.485.289,68
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		22.400,00	22.400,00	268.800,00	282.240,00	296.352,00	311.169,60	326.728,08	1.485.289,68
EGRESOS OPERATIVOS									
INVERSION INICIAL	115.952,85	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	3.143,38	3.143,38	37.720,58	33.924,40	34.894,62	35.893,94	36.923,23	179.356,77
GASTO DE VENTAS	-	1.000,00	320,00	4.520,00	4.655,60	4.795,27	4.939,13	5.087,30	23.997,29
GASTOS GENERALES	-	648,00	148,00	2.476,00	2.550,28	2.626,79	2.705,59	2.786,76	13.145,42
OTROS GASTOS		85,00	20,00	345,00	355,35	366,01	376,99	388,30	1.831,65
COSTO DE VENTA	-	10.520,00	10.520,00	115.720,00	130.027,20	133.928,02	137.945,86	142.084,23	659.705,30
COSTO INDIRECTO		2.121,90	1.971,90	13.817,35	21.913,52	22.555,08	23.215,90	23.896,53	105.398,39
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	9.984,64	11.200,13	12.583,33	14.250,73	15.798,48
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	14.144,91	15.866,85	17.826,38	20.188,54	22.381,17
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	115.952,85	17.518,28	16.123,28	174.598,93	217.555,90	226.232,76	235.487,11	245.605,63	1.021.614,48
FLUJO OPERATIVO	-115.952,85	4.881,72	6.276,72	94.201,07	64.684,10	70.119,24	75.682,49	81.122,45	385.809,35
INGRESOS NO OPERATIVOS									
PRESTAMO BANCARIO	35.365,62	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	35.365,62	-	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS									
INVERSIONES									
PAGO DE CAPITAL	-	589,43	589,43	7.073,12	7.073,12	7.073,12	7.073,12	7.073,12	35.365,62
PAGO DE INTERESES	-	353,66	353,66	4.243,87	3.395,10	2.546,32	1.697,55	848,77	12.731,62
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	943,08	943,08	11.317,00	10.468,22	9.619,45	8.770,67	7.921,90	48.097,24
FLUJO NETO NO OPERATIVO	35.365,62	-943,08	-943,08	-11.317,00	-10.468,22	-9.619,45	-8.770,67	-7.921,90	-48.097,24
FLUJO NETO	-80.587,23	3.938,63	5.333,63	82.884,07	54.215,88	60.499,79	66.911,82	73.200,55	337.712,10
FLUJO ACUMULADO	-	3.938,63	9.272,27	82.884,07	137.099,94	197.599,74	264.511,55	337.712,10	

FLUJO NETO NO OPERATIVO	35.365,62	-943,08	-943,08	-11.317,00	-10.468,22	-9.619,45	-8.770,67	-7.921,90	-48.097,24
FLUJO NETO	-80.587,23	1.538,63	2.933,63	54.084,07	34.415,88	39.709,79	45.082,32	50.279,58	223.571,63
FLUJO ACUMULADO	-	1.538,63	4.472,27	54.084,07	88.499,94	128.209,74	173.292,05	223.571,63	

Cuadro 49. Balance general.

DELICIAS KARTAGENA					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	82.884,07	137.099,94	197.599,74	264.511,55	337.712,10
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	82.884,07	137.099,94	197.599,74	264.511,55	337.712,10
ACTIVOS FIJOS	103.310,95	103.310,95	103.310,95	103.310,95	103.310,95
DEPRECIAC. ACUMULADA	10.751,03	21.502,05	32.253,08	41.642,86	51.032,63
TOTAL DE ACTIVO FIJO	92.559,92	81.808,90	71.057,87	61.668,09	52.278,32
TOTAL DE ACTIVOS	175.443,99	218.908,84	268.657,61	326.179,64	389.990,42
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	28.292,50	21.219,37	14.146,25	7.073,12	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	9.984,64	11.200,13	12.583,33	14.250,73	15.798,48
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	14.144,91	15.866,85	17.826,38	20.188,54	22.381,17
TOTAL PASIVO	52.422,04	48.286,35	44.555,96	41.512,39	38.179,65
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	80.587,23	80.587,23	80.587,23	80.587,23	80.587,23
UTILIDAD DEL EJERCICIO	42.434,72	47.600,54	53.479,15	60.565,61	67.143,52
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	42.434,72	90.035,26	143.514,41	204.080,02
TOTAL PATRIMONIO	123.021,95	170.622,49	224.101,64	284.667,25	351.810,77
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	175.443,99	218.908,84	268.657,61	326.179,64	389.990,42
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Cuadro 50. Índices financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-115.952,85	94.201,07	64.684,10	70.119,24	75.682,49	81.122,45

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	17%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	385.809,35
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	115.952,85
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	66,55%

Cuadro 51. Tasa de rendimiento promedio, VAN y TIR

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		248.935,55
VAN	POSITIVO	132.982,70
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,87
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	87,19
TASA INTERNA DE RETORNO		63%

Cuadro 52. Razones financieras.

RAZONES		
UTILIDAD NETA		271.223,54
VALOR DEL CREDITO		35.365,62
VENTAS		1.485.289,68
COSTO DE VENTA		1.047.109,36
TOTAL DEL ACTIVO		52.278,32
INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	7,67
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	42,00
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	142%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	20,03

5.7.3. Impacto

Para medir el grado de afectación que tendrá la creación de la planta agroindustrial, en el entorno en que se desarrollará, se han analizado los parámetros más relevantes a los cuales posiblemente afectará.

Social

Introducir al mercado y la mente de los consumidores, un producto higiénicamente apto para el consumo, bajo las normas de higiene que lo rigen, técnicamente tratado, precios asequibles para los clientes.

Laboral

Incrementar plazas de trabajos beneficiando a los empleados y a su entorno tanto social como laboral.

Financiero

De acuerdo con el estudio financiero la implementación de una planta agroindustrial es rentable, con una inversión alta pero recuperable.

Económico

A nivel económico la creación de esta planta generaría ingresos vía impuestos la demanda laboral no se hace esperar, así como también lograr que la ciudad sea reconocida por su desarrollo agroindustrial, para el crecimiento y desarrollo de la ciudad.

Ambiental

Toda empresa dedicada a la fabricación o transformación de materias primas tienden a contaminar el medio ambiente, es por esto que se tendrá el máximo cuidado en no deteriorar el medio o entorno en el que se encuentra la empresa, también se utilizara envases de vidrios que preserven el sabor y contextura del producto, que sean totalmente reciclables.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 53. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	SEMANAS																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Identificar la ubicación de la empresa.	■	■	■	■	■	■																		
Realizar las adecuaciones del local.							■	■	■	■	■	■												
Obtener los documentos y permisos listos.											■	■												
Se realiza la publicidad.													■	■										
Selección del personal															■									
Reunión con el talento humano para indicaciones sobre sus funciones.																■								
Contactar a clientes y proveedores.																	■	■	■					
Proceso de la materia prima.																					■			
Se distribuye el producto.																					■			
Analizar resultados obtenidos.																						■	■	■

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta.

Los lineamientos establecidos para evaluar la propuesta Implementación de una planta agroindustrial procesadora de mermelada de mamey “Cartagena” se definen así:

Primeramente se consiguió información veraz a través de la encuesta, donde se obtuvo información útil para la propuesta, conociendo así los gustos y preferencias de consumo de los ciudadanos del Cantón

Así como también se realizó un estudio de mercado a través del análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, para analizar a la competencia y establecer estrategias a través del análisis del FODA, estas herramientas utilizadas para poder posicionar a la empresa en un sitio reconocido dentro del mercado productor, brindando así una buena opción de consumo en mermeladas, a los ciudadanos del Cantón, y fuera del en caso de darse la posibilidad.

Se buscara incrementar los niveles rentables, mediante la ejecución correcta de las actividades administrativas y productivas, teniendo en cuenta una promoción y comercialización constante.

CONCLUSIONES

El desarrollo del proyecto ha permitido analizar la situación del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de milagro, así como también el desarrollo agroindustrial dentro del mismo, lo que ha conducido a las siguientes conclusiones:

1. El sector productor de mamey “Cartagena” es un sector descuidado y poco aprovechado por parte de los agricultores, debido a la falta de motivación que existe para darle diligencia a los sembríos.
2. El mamey “Cartagena” es una fruta la cual es muy útil al momento de consumirla, ya que posee variedad de beneficios, aparte de ser dueña de un olor y sabor agradables.
3. La falta de la agroindustria dentro de la ciudad de Milagro impide que esta se desarrolle óptimamente dentro de un mercado agricultor y agroindustrial que día a día se expande en el país.
4. La existencia de la competencia y productos sustitutos dentro del mercado, hacen que la introducción de un nuevo producto sea compleja, de esta manera motiva a realizar un plan de marketing e introducción altamente competitivo a tal punto que arroje buenos beneficios para los nuevos empresarios.
5. Por ser un producto nuevo e innovador los clientes tienden demostrar indecisión en el momento de la decisión de compra, por el desconocimiento que tienen sobre los beneficios saludables del mamey “Cartagena”.

RECOMENDACIONES

1. Prestar más atención y dedicación a los sectores y sembríos agrícolas abandonados, ya que ellos son un factor importante y fuente de ingresos para las familias que viven de la agricultura.
2. Motivar a las personas emprendedoras a atreverse y arriesgarse a los cambios y a las nuevas oportunidades y así crear una ciudad de gente productiva y de provecho para el Cantón.
3. Ser competitivo es un factor importante para salir adelante como empresa y como empresarios, hacer una competencia transparente, nos ayudara a mantener una imagen agradable, firme y segura frente a nuestros clientes.
4. Para las empresas dedicadas a ofertar productos o servicios, siempre mantengan las normas y estándares de calidad que los respalden.
5. Es necesario que se realice un estudio sobre los gustos y preferencias de los clientes con el propósito de satisfacer las exigencias del consumidor, a tal punto de generar su lealtad.

ANEXOS

Anexo 1.

FORMULACION Y SISTEMATIZACION	OBJETIVO GENERAL/OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS GENERAL/HIPOTESIS ESPECIFICAS
<p>¿Cuál es el motivo de que en la ciudad de Milagro y sectores aledaños exista un reducido porcentaje de ciudadanos consumidores del mamey “Cartagena”?</p> <p>✓ ¿Qué trae consigo que muy pocos estén interesados en el impulso comercial del mamey “Cartagena” en la ciudad de Milagro y sectores aledaños?</p> <p>✓ ¿Qué da como resultado un bajo nivel de conocimiento acerca de las propiedades nutritivas y medicinales que posee el</p>	<p>Identificar las causas de mayor incidencia en el estancamiento e involución del cultivo y producción del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro y sectores aledaños, mediante un diagnostico situacional, para dar paso a la diversificación e impulso del sector Agrícola y Productivo de la fruta.</p> <p>✓ Determinar las razones por las cuales existe un bajo nivel de impulso comercial del mamey “Cartagena” dentro de la ciudad de Milagro y así encontrar vías que den paso y éxito a su correcta comercialización.</p> <p>✓ Definir los motivos que inciden en el bajo nivel de conocimiento de las propiedades tanto nutritivas como medicinales del mamey “Cartagena” dentro de la</p>	<p>El bajo nivel de consumo del mamey "Cartagena " ocasiona un bajo nivel de su producción.</p> <p>✓ Escasos interesados en el impulso comercial del mamey “Cartagena” produce la inexistencia de derivados de la fruta en el mercado.</p> <p>✓ Un deficiente conocimiento acerca de las bondades y beneficios de la fruta trae consigo una fruta en su totalidad inatractiva.</p>

<p>“mamey Cartagena” en la ciudad de Milagro y sectores aledaños?</p> <p>✓ ¿Qué ocasiona el insuficiente desarrollo agroindustrial en la ciudad de Milagro?</p> <p>✓ ¿Qué origina el bajo nivel de ventas del mamey “Cartagena” de la ciudad de Milagro y sectores aledaños?</p>	<p>ciudad de Milagro para así contrarrestarlos y emprender la propagación de información útil y necesaria que hagan conocida a la fruta.</p> <p>✓ Establecer los parámetros que sirvan de guía en el proceso de la agroindustria en la ciudad de Milagro, para de esta manera encontrar información útil que permita conocer a fondo su origen y desarrollo.</p> <p>✓ Fijar estándares que sirvan de aporte para encontrar el origen del bajo nivel de ventas del “mamey Cartagena” y por medio de ellos dar con las fuentes principales y así implementar procesos de ventas satisfactorios para los comerciantes.</p>	<p>✓ El insuficiente desarrollo agroindustrial en la ciudad de Milagro genera el consumo de la fruta en forma directa.</p> <p>✓ Las mínimas cantidades de ventas arroja un escaso nivel de conocimiento acerca del mamey “Cartagena”.</p>
--	---	---

Anexo 2. Encuesta



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA ECONOMÍA

Encuesta dirigida a la población Milagreña tomada como muestra, para recolectar información útil que permita observar el grado de aceptación con respecto a la implementación de una planta agroindustrial en el Cantón Milagro.

<p>1.- ¿Ha consumido usted alguna vez mamey "Cartagena"?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>2.- ¿De las siguientes alternativas escoja usted una de ellas para determinar su preferencia en consumo de mamey "Cartagena"?.</p> <p>Forma directa <input type="checkbox"/></p> <p>Conserva <input type="checkbox"/></p> <p>Jugo <input type="checkbox"/></p> <p>Mermelada <input type="checkbox"/></p>	<p>3.- ¿Conoce acerca de las propiedades alimenticias y medicinales que posee el mamey "Cartagena"?</p> <p>Poco <input type="checkbox"/></p> <p>Muy poco <input type="checkbox"/></p> <p>Nada <input type="checkbox"/></p>	<p>4.- ¿Cree usted que debería implementarse una planta agroindustrial procesadora de mamey "Cartagena" en el Cantón Milagro?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Tal vez <input type="checkbox"/></p>
<p>5.- ¿Del siguiente listado de productos, escoja los derivados que le gustaría que la empresa produzca mediante el procesamiento del mamey "Cartagena"?.</p> <p>Mermelada <input type="checkbox"/></p> <p>Jugo <input type="checkbox"/></p> <p>Yogurt <input type="checkbox"/></p> <p>Mamey en almibar <input type="checkbox"/></p>	<p>6.- ¿Del siguiente listado elija las propiedades o bondades que le gustaría que el micro planta procesadora de mamey "Cartagena" resalte en la fruta?</p> <p>Valor nutritivo y medicinal <input type="checkbox"/></p> <p>Aroma <input type="checkbox"/></p> <p>Textura <input type="checkbox"/></p> <p>Sabor <input type="checkbox"/></p>	<p>7.- ¿Qué nivel de importancia le daría al estudio de impacto ambiental previo a la instalación de la planta procesadora de mamey "Cartagena"?</p> <p>Bajo <input type="checkbox"/></p> <p>Medio <input type="checkbox"/></p> <p>Alto <input type="checkbox"/></p>	

Solicitamos de la manera mas cordial, nos colabore con las siguientes preguntas que serviran en gran medida para el cumplimiento de los objetivos de esta investigacion.

Anexo. 3

Fotos

Terreno destinado para la planta agroindustrial



Visto de otro ángulo el terreno



Anexo 4. Fotos de las encuestas realizadas a la población Milagreña.
Encuesta realizada al sector comercial



Sector comercial.



Encuesta realizada al sector no declarado.



Sector comercial.



Encuesta realizada al sector Agrícola.



Sector Agrícola



BIBLIOGRAFIA DE INVESTIGACION

ARMSTRONG, Gary, KOTLER, Philip, CAMARA, Dionisio y CRUZ, Ignacio: Marketing, Prentice Hall, Madrid, 2004.

BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de proyectos, McGraw-Hill Interamericana, Corea, 2006

BERNAL, Cesar: Metodología de la Investigación, para la Administración y Economía, Prentice, Santa Fe de Bogotá, 2000.

CÓRDOBA PADILLA, Marcial: Formulación y evaluación de proyectos, Ecoe Ediciones, Colombia, 2010.

ETZEL, Michael J, STATON, William y WALKER, Bruce: Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill, México, 2007.

FLORES, Miguel, RIBET, María, HERNÁNDEZ, Flor: Fundamentos teórico-metodológicos para la evaluación económica-financiera de proyectos de inversión. EL Cid editor, Argentina, 2007.

GRAY, Clifford y LARSON, Erik: Administración de proyectos, McGraw-Hill, México, 2009.

HAIR, Joseph, BUSH, Robert y ORTINAU, David: Investigación de mercados, McGraw-Hill, México, 2007.

HERNÁNDEZ GARNICA, Clotilde y MAUBERT VIVEROS, Claudio: Fundamentos de Marketing, Pearson Educación de México, México, 2009.

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar: Metodología de la Investigación, McGraw-Hill, México, 2006

HILL, Charles y JONES, Gareth: Administración Estratégica, McGraw-Hill, México, 2009.

HITT, Michael, IRELAND, Duane y HOSKISSON, Robert: Competitividad y conceptos de globalización Administración Estratégica, International Thomson, México, 1999.

JANY CASTRO, José: Investigación integral de mercados: McGraw-Hill, Colombia, 2009.

KINNEAR, Thomas y TAYLOR, James: Investigación de mercados, McGraw-Hill, Colombia, 2000.

KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz: Administración una perspectiva global, Mc Graw Hill, México, 2004.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG Gary: Principios de Marketing, Prentice Hall, Madrid, 2008.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, CAMARA, Dionisio, MOLLÁ, Alejandro: Marketing, Prentice Hall, Madrid, 2006.

LOVELOCK, Christopher, REYNOSO, Javier, D'ANDREA, Guillermo y HUETE, Luis: Administración de Servicios, Pearson Educación, México, 2004.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK®), Project Management Institute, EEUU, 2008.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, Real Academia Española, España, 2001.

WERTHER, William, DAVIS, Keith: Administración de Recursos Humanos, Mc Graw Hill, México, 2007.

ZEITHAML, Valerie, BITNER, Mary Jo y GREMLER, Dwayne: Marketing de servicios, McGraw-Hill, México, 2009.

Linkografía

ACHING, Cesar: *Guía rápida ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*, <http://cesaraching.blogspot.com/>, pdf, extraído 5 de septiembre de 2011.

Apuntes de *Economía Agrícola*

http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_alimentaria, extraído 5 de diciembre de 2012.

Bases importantes para el cultivo del mamey, http://www.semicol.co/semillas/frutales/mamey/flypage_new.tpl.html, febrero del 2006.

CENTRO DE INVESTIGACION, EDUCACION Y DESARROLLO, elaboración de mermeladas, http://www.elaboracion_semindu_mermeladas.pdf.

COMA VIÑAS, Xavier: *Manual de gestión de comercio (segunda parte)*, <http://www.mailxmail.com/curso-manual-gestion-comercio-segunda-parte/tipos-clientes>, extraído 19 de julio de 2011.

CRESPO, Raúl: *Administración de Agricultura*, <http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/mameyampliado.html>, extraído 23 de enero de 2012.

Maestría en Investigación de Operaciones (primer ciclo): *Matriz Foda y los objetivos estratégicos*, http://umgadmonc.files.wordpress.com/2008/06/leccion_no_52.pdf, extraído 19 de marzo de 2012.

Microsoft Office Project 2007, *Historia breve de la administración de proyectos*, <http://office.microsoft.com/es-es/project-help/historia-breve-de-la-administracion-de-proyectos-HA001135342.aspx>, extraído 14 de junio de 2011.

PMI: *Project Management Institute (PMI)*, <http://pmiecuador.org/pmi/index.php/p-m-i/>, extraído 16 de julio de 2011.

REYES, Raúl: *cinco consejos de Michael Porter*, <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/644859/Michael-Porter-Cinco-topicos-acerca-de-Estrategia-Competitiva.html>, extraído 10 de febrero de 2012.

RODRÍGUEZ ALARCÓN, José Guillermo: *Tipos de clientes*, <http://www.slideshare.net/sirxion/tipos-de-clientes>, extraído el 18 de agosto de 2011.

RONDAN RAMÍREZ, Vidal: *Guía del Educador Ambiental "Identificación y Diseño de Proyectos Ambientales"*, <http://www.condesan.org/ppa/sites/default/files/recursos/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Educaci%C3%B3n%20Ambiental.pdf>, extraído 27 de enero de 2012.

RUIZ VALERO, Caridad: *Diseños de proyectos de educación ambiental*,
http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/educacion_ambiental/disenoproyectos.pdf,
extraído 25 de enero de 2012.

SÁNCHEZ, Alejandra: *Historia del abp*, <http://www.slideshare.net/haru131191/historia-del-abp>,
extraído 20 de agosto de 2011.

VAN DE MOORTELE, Nicolás: *Contaminación*,
<http://www.monografias.com/trabajos10/contam/contam.shtml>, extraído el 27 de enero
de 2012.

ZURITA, Mauricio: *Guía para el análisis financiero*,
http://www.esPOCH.edu.ec/Descargas/vicinvestigacionpub/Analisis_Financiero.pdf,
extraído 22 de marzo de 2012.