



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas

**"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA
PROCESADORA DE PULPA DE FRUTA CONGELADA UBICADA EN LA CDLA.
URBANOR, EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL"**

Proyecto de Graduación

Previo a la obtención del Título de:

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
ESPECIALIZACIÓN MARKETING e INGENIERO COMERCIAL
Y EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS**

Desarrollado por:

Raúl Andrés Albán Castillo

Andrés Alfredo Flores López

Guayaquil-Ecuador

2006

INTRODUCCIÓN

INFORMACION GENERAL DEL PRODUCTO

- La pulpa de fruta es un producto 100% natural, no diluido ni fermentado, sin preservantes ni azúcar.
- En condiciones de almacenamiento adecuadas tiene una vida útil de 1 año
- Se utiliza industrialmente o en el hogar para productos derivados como jugos o mermeladas
- Facilita la preparación de derivados y disminuye el tiempo a las amas de casa.

FRUTAS A PROCESAR

- MORA
- GUAYABA
- GUANABANA

GENERALIDADES

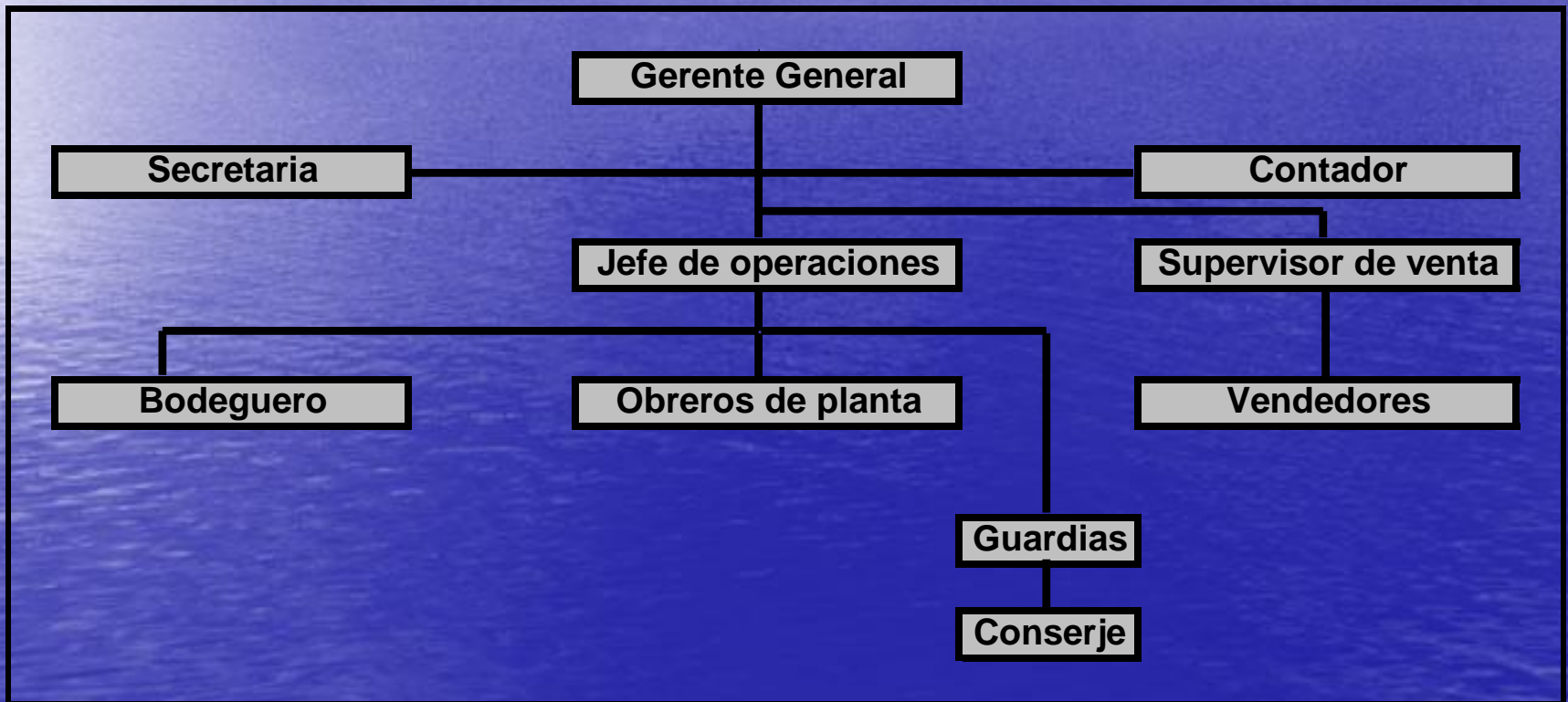
- Definición del problema
- Descripción del negocio
- Ventajas competitivas

MISION Y VISION

- Misión

- Visión

ORGANIGRAMA



MICRO Y MACROENTORNO

- Microentorno
- Macroentorno

ESTUDIO DE MERCADO

- Encuesta exploratoria
- Determinación del tamaño de la muestra
- Resultado de las encuestas.

DETERMINACION DE LA DEMANDA POTENCIAL

- Población objetivo entre los 15 y 59 años de edad (1,132.270)
- El 35.4% son clase media y alta. ([Grafico](#))
- Un 40.67% de los encuestados opinan que el producto de la competencia que actualmente consumen es regular, malo y muy malo.
- Lo que nos da una posible captación real de 59.062 unidades de un kilo, es decir 59 toneladas de producción mensual.

ANALISIS FODA

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

MATRIZ FCB

MODO INTELECTUAL MODO EMOCIONAL

FUERTE

APRENDIZAJE
(i, e, a)

AFECTIVIDAD
(e, i, a)
PROYECTO

DÉBIL

RUTINA
(a, i, e)

HEDONISMO
(a, e, i)

a: acción

e: evaluación

i: información

MATRIZ BCG

Gráfico No. 3.19

MATRIZ BCG

PARTICIPACIÓN DE MERCADO



Fuente: Kotler Philip. Dirección de Marketing .

MARKETING MIX

- Producto
- Precio
- Plaza
- Comunicación

ESTUDIO TECNICO Y LEGAL

- Requerimientos para el desarrollo del proyecto.
- Proceso de producción. (Grafico)
- Integración vertical.
- Calendarario de producción.
- Estructura legal.
- Requerimientos para la exportación.

ESTUDIO Y EVALUACION FINANCIERA

- Inversión inicial (Cuadro)
- Inversión y financiamiento (Cuadro)
- Tabla de amortización (Cuadro)
- Proyección de ingresos (Cuadro)
- Proyección de costos (Cuadro)
- Proyección de gastos (Cuadro)

ESTADOS FINANCIEROS

SUPUESTOS

- La demanda aumenta de acuerdo al crecimiento poblacional.
- Los costos y precios varían de acuerdo al nivel de inflación estimado.
- El valor del salvamento comprende el monto del capital de trabajo, del terreno y el 50% del valor de mercado de la obra civil.

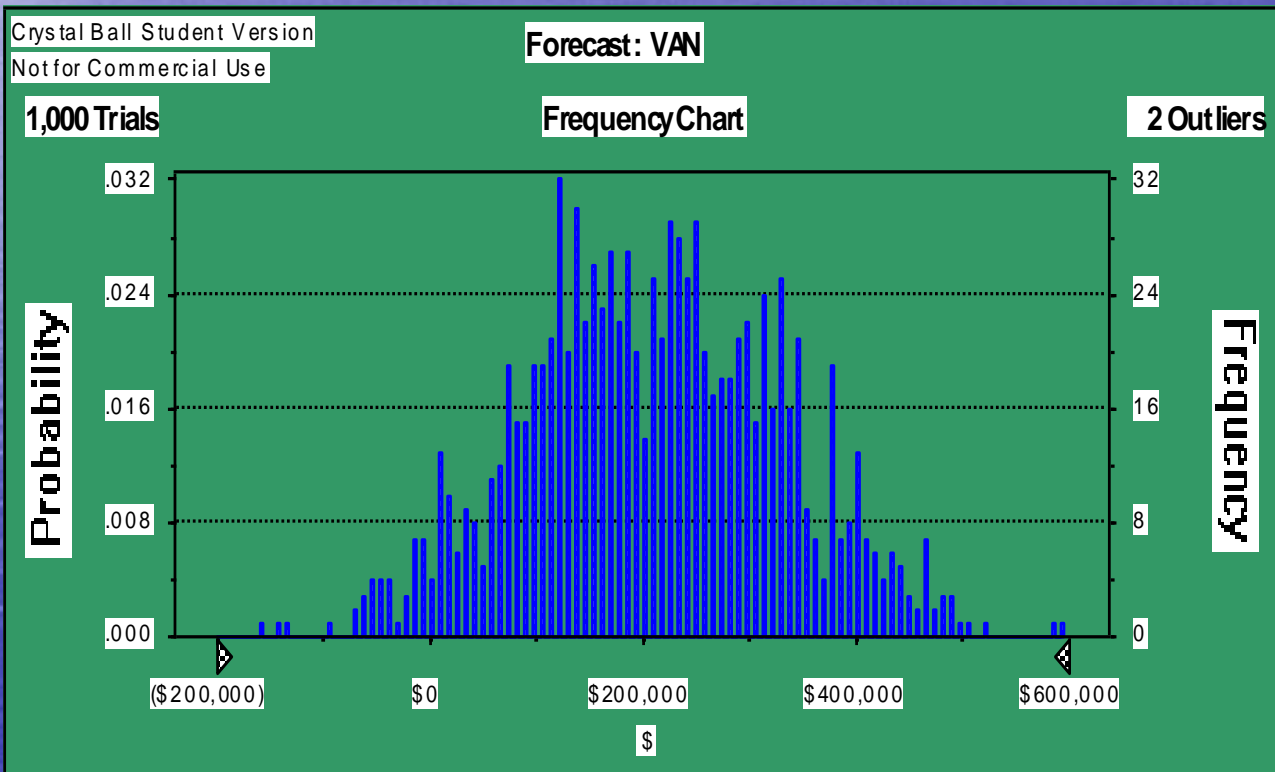
- Estado de pérdidas y ganancias ([Cuadro](#))
- Flujo de caja del proyecto ([Cuadro](#))
- Flujo de caja del inversionista ([Cuadro](#))

PERIODOS DE RECUPERACION

- Periodo de recuperación del Proyecto
- Periodo de recuperación del Inversionista

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

MULTIDIMENSIONAL



CONCLUSIONES



FIN

Hipervinculos

Hipervinculos

MORA

- Conocida como mora de castilla o mora azul, se la cultiva en regiones comprendidas entre 1200 a 3000 m.s.n.m.
- Alto contenido de vitamina C y fibra.
- Previene enfermedades del corazón, artritis y cáncer.
- Alto contenido de antioxidantes que produce un efecto antiinflamatorio y acción antibacteriana.



GUAYABA

- Fruta producida en regiones tropicales de América, Asia y Oceanía.
- Alto contenido en vitamina C
- Tiene propiedades antioxidantes y laxantes
- Ayuda a la visión, buen estado de la piel, cabello, huesos y sistema inmunológico.
- Recomendable para persona que sufren de diabetes, hipertensión arterial, afecciones de corazón.



GUANABANA

- Originaria de las regiones tropicales de Sudamérica.
- Su pulpa tiene efectos digestivos.
- De propiedades diuréticas.
- Se cree que las hojas tienen un efecto sedativo y analgésico.



DESCRIPCION DEL NEGOCIO

- Fruta fresca es una empresa que importa y exporta frutas.
- Actualmente busca introducir un nuevo producto en el mercado que es la 'Pulpa fruta fresca'.
- La idea principal de Fruta fresca es satisfacer siempre al cliente.
- En Fruta Fresca siempre se busca mantener un ambiente agradable de trabajo.



MERCADO META

- Pulpa fruta fresca es un producto que esta dirigido a personas de todas las edades de clase media, media alta y alta; al cual se buscara llegar mediante la distribución del producto en los principales supermercados de la ciudad.



MICROENTORNO

- Pulpa fruta fresca será entregada en las principales cadenas de supermercados de la ciudad.
- La planta de producción estará ubicada en la ciudadela Urbanor al norte de Guayaquil.
- El proveedor directo será su filial Agrocomercial Fruta Fresca.



MACROENTORNO

- Ambiente Económico
- Ambiente Legal



DEFINICION DEL PROBLEMA

- Actualmente no se esta realizando una buena labor de elaboración, procesamiento, empaquetamiento, distribución y promoción de la pulpa de fruta tanto en el mercado nacional como extranjero; creando vacíos en la demanda.



ENCUESTA EXPLORATORIA

- Realizada a 20 personas entre dueños de mini mercados y Gerentes de compra de Supermercados.
- El 85% ha comprado alguna vez pulpa de fruta congelada.
- El 80% no esta conforme con sus proveedores actuales.
- El 95% esta abierto a un nuevo proveedor.



DETERMINACION DEL TAMANO DE LA MUESTRA

- Para determinar el tamaño de la muestra requerida se utilizó la formula establecida para determinar el tamaño de una población infinita.

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + Z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

- **Z α /2**: Nivel de confianza elegido
- **P**: Probabilidad de ocurrencia de un evento
- **e**: Error máximo
- **N**: Tamaño de la población
- Para estimar el tamaño de la muestra, se ha considerado los siguientes datos:
 - **Z α /2**: 1,96%
 - **P**: 0,5
 - **e**: 5%
 - **N**: 1.132.270
 - **n** = 386
- El número de personas a muestrear, será de 400 encuestados, para obtener resultados más exactos y precisos dados las características y objetivos del estudio a realizar



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

- En promedio un 70% de la muestra desconoce la existencia del producto. [\(Grafico\)](#)
- En promedio el 50% de las personas encuestadas que consumen la pulpa de fruta lo hacen con una frecuencia mensual, mientras que un 20% aproximadamente lo hace de forma quincenal. [\(Grafico\)](#)

- Un 40% aproximadamente de los encuestados consumen el producto con el fin de ahorrar tiempo y por que lo consideran mas saludable. (Grafico)
- Un 50% de los encuestados dejaron de comprar el producto por que estaban inconformes con su sabor y dudaban de que sea 100% natural. (Grafico)

- El 100% de los encuestados opinan que el principal requisito para comprar el producto es que sea totalmente natural, mientras que un 65% aproximadamente opina que debe tener promociones y descuentos. (Grafico)



DEMANDA POTENCIAL MENSUAL

Demanda potencial mensual	
Población objetivo	1,132,270
Clase social objetivo (35.4%)	400,824
% de personas que conocen la pulpa (30.84%)	123,614
% de personas que consumen semanalmente (8.00%)	9,889
% de personas que consumen quincenalmente (18.83%)	23,277
% de personas que consumen mensualmente (47.83%)	59,125
Cantidad demandada semanalmente	39,556
Cantidad demandada quincenalmente	46,553
Cantidad demandada mensualmente	59,125
Demanda total mensual de pulpa de fruta x unidad	145,234



MISION

- Satisfacer el gusto exigente de las familias guayaquileñas con la elaboración de pulpa de frutas natural y con calidad de exportación, para que aumente el consumo de frutas producidas en el Ecuador durante cualquier época del año.



VISION

- Ser la empresa líder en el mercado guayaquileño de pulpa de fruta congelada gracias a la calidad y frescura de nuestros productos procesados con una tecnología de punta.



FORTALEZAS

- Conocimiento y experiencia de la empresa promotora del proceso productivo
- Alianzas con los productores para mantener los precios en niveles normales, evitando la especulación
- Maquinaria y tecnología de punta apropiada para el desarrollo de productos de calidad
- Costos bajos de producción y de materia prima en relación a ciertos competidores actuales
- Productos sabrosos de buena calidad con una aceptación moderada en el mercado nacional, pero con mayor aceptación en el mercado internacional.



OPORTUNIDADES

- Ventajas comparativas de producción por las características agro ecológicas de las zonas productivas
- Mercado poco explotado y con tendencia al alza
- Disponibilidad de mano de obra
- Disponibilidad de materia prima (frutas) durante casi todo el año
- Consumidores con altos ingresos
- Productos con buena aceptación internacional
- Posibilidad de captar nuevos mercados debido a la apertura comercial



DEBILIDADES

- Poco manejo de los canales de distribución
- Baja productividad de la mano de obra del sector
- Comercialización individual
- Escasa difusión del producto
- Alto porcentaje de desconocimiento sobre las propiedades y usos de la pulpa de fruta congelada.



AMENAZAS

- Inestabilidad política y económica
- Incremento de competidores internacionales
- Paros, huelgas de trabajadores
- Enfermedades o situaciones climáticas desfavorables en el sector agrícola, principal proveedor de materia prima.



PRODUCTO

- Su principal ingrediente son tres tipos de frutas diferentes que son mora, guayaba y guanábana
- Brinda la oportunidad de poder consumir directamente un producto nutritivo que además de ser delicioso, es un alimento altamente proteico.
- Es un producto sin preservantes ni químicos, 100% natural, para brindar un producto más nutritivo.
- Tiene 2 presentaciones: 1.3 Kg. y 500 gr.



PRECIO

- Varía de acuerdo a la presentación del mismo y al tipo de fruta que se esta expendiendo.
- Agrocomercial Fruta Fresca siendo la encargada de conseguir la materia prima buscara entregarla a Pulpa Fruta Fresca a menores precios.
- De esta manera buscaremos reducir los costos, buscando una mayor competitividad tanto en el mercado local como extranjero.



PLAZA

- En cuanto a las diferentes actividades que se realizarán para poner al producto al alcance de los potenciales consumidores, se utilizará un canal de distribución: el canal indirecto.



COMUNICACION

- Publicidad (Cuadro)
- Promoción (Cuadro)



REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

- Ubicación de la planta
- Infraestructura de la planta (Grafico)
- Maquinaria y Equipos
- Materia Prima requerida
- Requerimientos de mano de obra
- Otros requerimientos e insumos de producción



CALENDARIO DE PRODUCCION

	2006				2007											
	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Adecuaciones e instalación	■	■	■	■												
Pruebas y puesta en marcha				■												
Pulpa de guayaba					■	■	■	■	■							■
Pulpa de guanábana					■	■	■	■							■	■
Pulpa de mora										■	■	■	■	■	■	
Limpieza y cambios									■						■	



ESTRUCTURA LEGAL

- Permiso de Funcionamiento
- Permiso Municipal



REQUERIMIENTOS PARA LA EXPORTACION

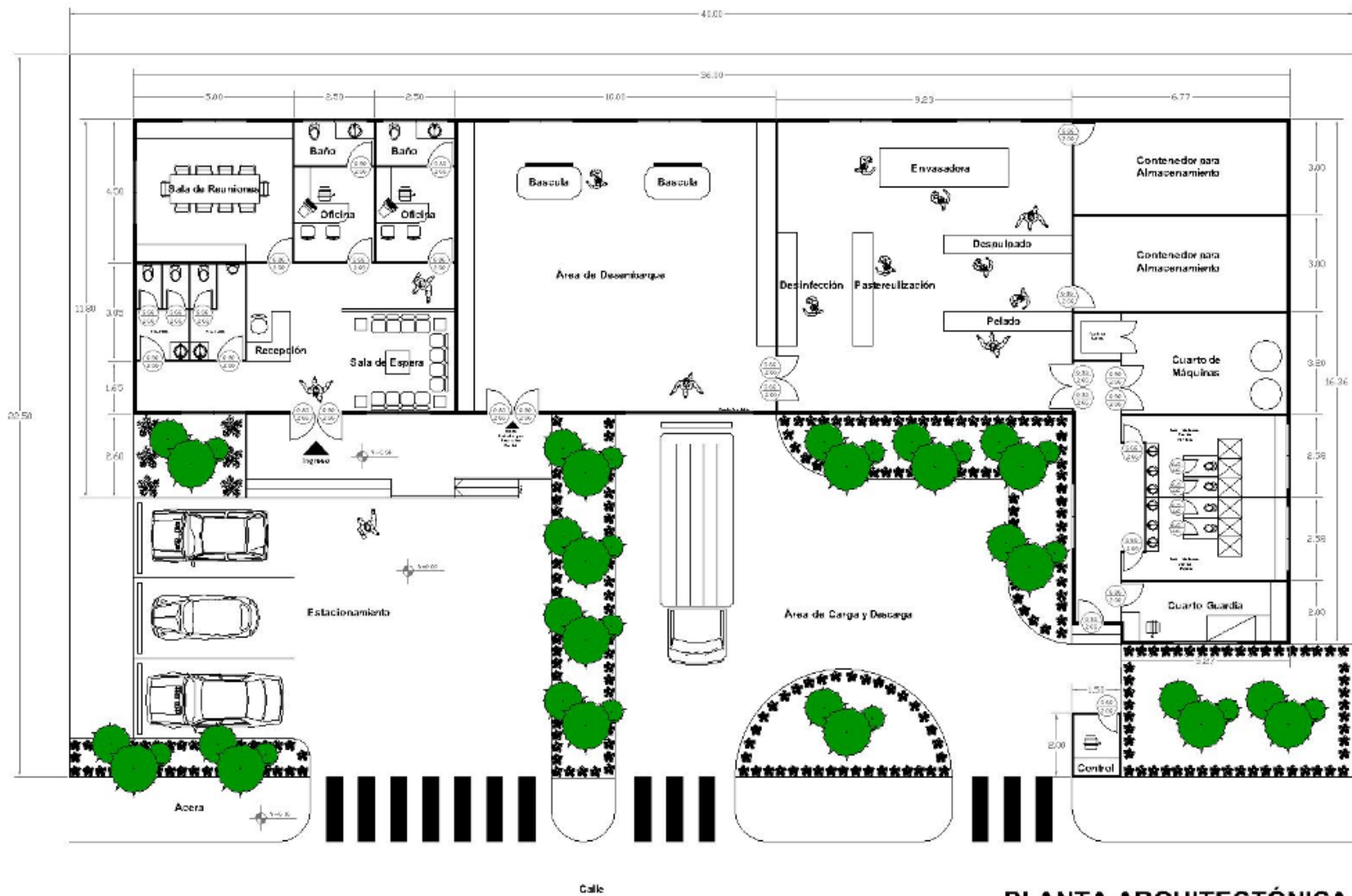
- Requisitos para exportar

- Trámites de exportación:

A.- Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el BCE.

B.- Procedimiento Aduanero





PLANTA ARQUITECTÓNICA
ESCALA 1 ____

