



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
ALIMENTOS DERIVADOS DEL ASAÍ A IMPLEMENTARSE EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

**PLAN DE NEGOCIOS QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA EL TITULO
DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

CONCENTRACION: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTOR

ANA ISABEL IZURIETA PALACIOS

SAMBORONDON, ABRIL 2014

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
1.1 Propósito del proyecto.....	4
1.2 Información Básica.....	5
1.3 Requerimientos Financieros.....	7
2 DEFINICION DEL NEGOCIO.....	8
2.1 Misión.....	8
2.2 Objetivos del negocio.....	9
2.3 Metas del primer año.....	9
3 VIABILIDAD.....	10
3.1 Viabilidad Legal.....	10
3.2 Marco Societario y laboral.....	10
3.3 Incentivos Tributarios.....	10
3.4 Normas sanitarias y ambientales.....	11
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	12
4.1 Mercado Objetivo.....	12
4.2 Análisis PEST: político, económico, social y tecnológico.....	12
4.3 Evaluación de mercados potenciales.....	14
4.4 Análisis de oferta y demanda.....	14
4.5 Análisis de las 4P's.....	20
4.5.1 Producto.....	20
4.5.2 Precio.....	22
4.5.3 Plaza.....	22
4.5.4 Promoción.....	23
4.6 Análisis FODA: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.....	23

5	ANÁLISIS OPERATIVO.....	25
5.1	Localización del negocio.....	25
5.2	Tamaño del negocio.....	25
5.3	Capacidad Instalada.....	26
5.4	Descripción del producto.....	26
5.5	Diagrama de procesos.....	27
5.6	Ciclo del negocio	30
5.7	Diseño de la planta	30
5.8	Inversión en Insumos y tecnologías.....	31
5.9	Abastecimiento de materias primas.....	31
5.10	Recursos Humanos.....	33
6	ANALISIS FINANCIERO.....	34
6.1	Plan de inversiones y fuentes de financiamiento.....	34
6.2	Calendario de inversiones.....	35
6.3	Ingresos proyectados (3 años).....	36
6.4	Flujos de caja proyectados (3 años).....	37
6.5	Proyecciones de estado de resultados (3 años).....	38
6.6	Punto de equilibrio.....	39
6.7	Índices Financieros (VAN, TIR, IR, y Payback).....	40
6.8	Análisis de sensibilidad (dos escenarios de 6.4 y 6.5).....	41
6.9	Tiempo de retorno de la Inversión.....	42
7	CONCLUSIONES.....	43
8	BIBLIOGRAFIA.....	44
9	ANEXOS.....	46

1. Resumen Ejecutivo

1.1 Propósito del proyecto

El propósito del proyecto es incentivar a los ecuatorianos a vivir una vida más saludable. Hoy en día el ecuatoriano no está consciente de todos los preservantes que contienen muchas comidas tanto enlatadas como congeladas que pueden encontrar en los supermercados. Sin embargo muchos buscan la manera fácil y rápida de alimentarse al escoger productos elaborados, preparados con anticipación que se disfrazan bajo las frases saludable tales como fat free, sugar free, gluten free, low fat. Para ser honestos, esto es solo falsa propaganda para llamar la atención al consumidor haciéndoles creer que el producto es más sano y que contiene menos calorías.

Es por esto que se decide utilizar la pulpa congelada de una famosa fruta llamada Asaí que se puede encontrar en la amazonia de Brasil, Perú y Ecuador. El Asaí es una fruta exótica la cual contiene minerales y es antioxidante, depurativa, disminuye el colesterol, refuerza las defensas y combate el estreñimiento. Según la información publicada en el *Journal of Agriculture and Food Chemistry*, 100 gramos de extracto de Asaí liofilizado contiene, 533.9 kilocalorias, 52.2 gramos en hidratos de carbono, 8.1 gramos de proteínas y 32.2 gramos de grasa, de la que el ácido oleico representa el mayor porcentaje. (Piñeiro, 2009)

Dado al bajo conocimiento y consumo del Asaí dentro del país, y por las grandes propiedades nutricionales que presenta esta fruta; es una manera innovadora de introducirla al actual mercado en crecimiento preocupado por el cuidado de la salud y la buena alimentación.

Los altos índices de enfermedades en la juventud actual, relacionados principalmente a las costumbres alimenticias de nuestro país, han servido como catalizadores para que aumente el interés por el cuidado de la salud hoy en día. La búsqueda de alternativas alimenticias será un factor importante para el alto consumo de esta fruta por que posee grandes propiedades diuréticas, antioxidantes, es rica en nutrientes, refuerza las defensas y disminuye el colesterol.

Las principales políticas en las que se enfocará la empresa son:

- La Calidad en cada uno de nuestros productos
- El uso de la mejor materia prima para la elaboración de los mismos
- Servicio personalizado y enfocado en la satisfacción del cliente
- Apertura a sugerencias que ayuden a mejorar los servicios prestados

1.2 Información básica

El asaí es una palmera (*Euterpe oleracea*) la cual se puede encontrar en la amazonia que puede alcanzar los 25m de altura y hasta 20cm de diámetro. El cultivo del asaí se intensificó en Brasil durante los años 1980 y 1990. En el año 2000, se vendieron más de 120,000 toneladas de fruto de asaí. Además de utilizar el fruto para alimentar a la comunidad, las hojas y el tronco de la palmera también se lo utilizan para la construcción y para elaborar desde techos y escobas hasta sombreros. El tronco o estípote se lo utiliza para la construcción y mobiliario debido a que es resistente. El procesamiento de la fruta inicia desde la cosecha la cual llevan rápidamente en barco a la planta donde el personal despulpa el fruto y luego de 11 horas de su cosecha obtienen

la pulpa congelada del asaí. La pulpa del Asaí es el mesocarpio del fruto carnoso de la palmera.

Su fruto es de color morado oscuro el cual tiene una mezcla de sabores entre chocolate amargo y frutos del bosque. (Botanical Online, 2014)

COMPOSICION NUTRICIONAL DEL DE LA PULPA DEL ASAÍ POR 100G	
NUTRIENTE	CONTENIDO
Agua	45.9
Calorías	247
Carbohidratos	36.6
Proteínas	3.8
Grasas	12.2
Vitaminas	0.36
Vitamina B2	0.01
Vitamina B3	0.4
Vitamina C	9
Fósforo	58
Calcio	118
Hierro	11.8

Gráfico No. 1 Composición nutricional de la pulpa del Asaí

Fuente: (Botanical Online, s.f.)

Elaborado por: El Autor

En la composición nutricional de la pulpa congelada del Asaí podemos encontrar:

- Carbohidratos: entre sus azúcares se encuentra la glucosa la cual se la denomina insoluble por lo que no se puede digerir y se convierte en laxante.
- Proteínas: contiene poca proteína pero de buena calidad la cual es buena para deportistas
- Grasas: alto contenido de grasas (12.2g por cada 100g) más que el aguacate.
- Vitaminas: contiene vitaminas B1, B2, B3 las cuales ayudan a absorber mejor los azúcares y a su vez nutren el sistema nervioso. (Botanical Online, 2014)

Actualmente existen empresas que se dedican a la venta de un producto final similar. El valor agregado del negocio es promocionar el Asaí en el producto final.

La pulpa del Asaí transportará desde el Oriente Ecuatoriano en empaques congelados lo cual se puede utilizar para batidos o para combinar con otras frutas. Se propone crear un negocio llamado Asaí Fruits and Smoothies el cual brindará diferentes tipos de presentaciones con el Asaí como jugos, batidos, y el asaí bowl combinado con diferentes frutas como el guineo, papaya, frutillas, melón, manzana, sandia entre otras frutas preferidas por los ecuatorianos.

Se prevé abrir un local por año. El primer local se instalará en Rio Centro los Ceibos ubicado en Guayaquil- Ecuador debido a su ubicación estratégica y poder adquisitivo de los visitantes.

1.3 Requerimientos financieros

Los siguientes requerimientos financieros se utilizarán para un la apertura de un local lo cual incluye 3 meses de alquiler del espacio en Rio Centro los Ceibos. Ver gráfico no.2.

Adicionalmente, incluye el programa Practicis de generación de facturas además de proveer a los propietarios con información estadística sobre ventas, inventario y hasta el horario de los trabajadores.

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS	
Ninja Bullets	\$ 210.00
Congelador	\$ 1,200.00
Refrigerador	\$ 3,000.00
Stand para exhibir frutas	\$ 4,000.00
Alquiler del Local (3 meses)	\$ 3,600.00
Practicis	\$ 565.60
Materia Prima	\$ 2,000.00
Adecuación del Local	\$ 5,000.00
Insumos	\$ 1,500.00
Gastos de Constitución	\$ 1,800.00
Permisos de Funcionamiento	\$ 1,200.00
Publicidad	\$ 2,500.00
Contabilidad	\$ 350.00

Gráfico No. 2 Plan de Inversión Fuente: El Autor

Los accionistas participantes en este proyecto son dos, con una participación del 50% por integrante.

Este proyecto será financiado mediante un préstamo realizado a una institución financiera tales como CFN o bancos locales. Dicho financiamiento será realizado a 5 años plazo con una tasa de interés nominal del 8-15% anual.

2. Definición del negocio

2.1 Misión

Brindar a la comunidad una alternativa de alimentación rápida, nutritiva y orgánica, ofreciendo productos ricos a costos accesibles caracterizándose por un servicio ágil y profesional.

2.2 Objetivos del negocio

Objetivo general

Brindar un producto final de calidad y con grandes propiedades nutritivas, elaborado con la mejor y más fresca variedad de frutos y granos, teniendo al Asaí como componente principal.

Objetivos específicos

- Utilizar los recursos de manera eficiente para así maximizar las utilidades.
- Establecer estrategias para obtener los niveles de ventas deseados.
- Dar a conocer productos innovadores como la pulpa de las frutas tropicales.

2.3 Metas del primer año

Como primer objetivo se tiene la recuperación de un 38% (\$10,231) de la inversión inicial en utilidades, de los cuales se destinara un 40% (\$4,092) para el pago de la deuda vigente con la institución financiera y un 60% (\$6,139) para re-invertir en un nuevo local en Quito. Cabe recalcar que en este cálculo de utilidades, ya se encuentra contemplado el pago mensual correspondiente al primer año del préstamo a la institución financiera. Adicionalmente se espera contratar a un tercer empleado dependiendo del incremento de la demanda por que permitiría su rápida expansión.

Participación publicitaria en los lugares más concurridos de la ciudad de Guayaquil al igual que en medios audiovisuales (revistas, periódicos, radio). Buscar participaciones/alianzas con el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) al

igual que el Ministerio de Educación, en programas de concientización y alimentación para la familia y juventud Ecuatoriana.

Realizar alianzas de consumos/promociones/descuentos con las principales cadenas de actividades físicas (Gimnasios, Crossfit, Box, Artes Marciales, etc.) en Guayaquil.

3. Viabilidad legal, social y ambiental

3.1 Viabilidad Legal

Los permisos requeridos para establecer el negocio son la patente, tasa de habilitación, permiso de bomberos, uso de suelo, permisos de ministerio de salud. Todos los permisos necesarios se manejaran a través de un abogado el cual se encargará de obtenerlos.

3.2 Marco Societario

Se propone una sociedad anónima con 2 socios cuya participación será del 50% por socio. Siendo la sociedad anónima “una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones”. (Cámara de Comercio de Quito, 2013)

3.3 Incentivos Tributarios

El actual código de la producción nacional tiene 5 tipos de incentivos:

1. Desarrollo en zonas de mayor pobreza, y que promuevan el crecimiento de las micro, pequeñas, medianas empresas y actores de la economía popular y solidaria

2. ZEDE - Zonas Económicas de Desarrollo Especial
3. Para todas las inversiones productivas del país sean nuevas o ya existentes
4. Sectoriales para empresas nuevas
5. Para la innovación en general y exportación de medianas empresas

Para el desarrollo de de Acai Bowls & Smoothies, se aplicaría el incentivo general del código de la producción, que implica:

- “Reducción de tres puntos del Impuesto a la Renta, 1% anual, de tal manera que en el 2013, éste será del 22%.”
- “Exoneración del Impuesto a la Salida de las Divisas (2%) para financiamiento externo de más de un año plazo y con tasas menores a la tasa máxima aprobada por el BCE.”
- “Exoneración en el cálculo del impuesto mínimo del 2011 y en adelante de: los gastos incrementales por nuevo empleo o mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de productividad y tecnología, producción más limpia y de todos los incentivos de este Código.”
- “Reducción del 10% del Impuesto a la Renta para la reinversión de la utilidad e activos productivos de innovación y tecnología.” (M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2014)

3.4 Normas sanitarias y ambientales, de ser aplicable

Se debe obtener la tasa de uso del Espacio y Vía Pública del Municipio de Guayaquil, realizando los siguientes pasos:

1. Obtener cuenta de acceso para servicios en línea
2. Realizar consulta de Uso de Suelo, este documento permite saber si se permite la actividad comercial y que condiciones deberá cumplir el local.

La consulta del uso de suelo puede realizarse a través de la página del municipio de Guayaquil (www.guayaquil.gob.ec), sección SERVICIOS EN LÍNEA.

También puede realizarse acercándose a la ventanilla municipal #54 y presentando la Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos y Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo.

3. Ingresar una solicitud en la página de trámites en línea. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2014)

4. Estudio de Mercado

4.1 Mercado Objetivo

Luego de haber realizado encuestas en centros comerciales y supermercados, se observó a un mercado entre los 18 – 60 años de edad, hombres o mujeres ecuatorianos, turistas o extranjeros residentes con un nivel de ingresos medio y medio alto.

4.2 Análisis PEST: político, económico, social y tecnológico

Político

No se han creado nuevas regulaciones/restricciones referentes a la elaboración y comercialización de la materia prima y suministros utilizados en el producto final, sin embargo el Gobierno actual junto a los diferentes municipios del país, sostienen campañas para la correcta alimentación escolar y familiar, como el PAE (Ministerio de Educación, 2014), el cual ayuda a contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación básica de los niños, abasteciéndolos de alimentos con grandes contenidos nutritivos.

Económico

La inflación se mantiene al 3.6% anual. Dado el aumento en la capacidad de pago de los ecuatorianos que como consecuencia deriva en una economía consumista (Revista Lideres.ec, 2012), y si sumamos la creciente demanda por productos naturistas, hace que este tipo de producto sea atractivo para las personas de la sociedad actual en Ecuador.

Social

Este entorno juega un papel importante en el desarrollo del proyecto, debido a la creciente concientización y culturización respecto a las costumbres y hábitos alimenticios en la sociedad Ecuatoriana.

La sociedad actual se encuentra más informada acerca de los beneficios que conlleva mantener una vida activa físicamente y con una dieta balanceada. Esto hace que más personas en el Ecuador adapten estas costumbres como un estilo de vida, abriendo caminos para los mercados emergentes de la dieta y nutrición en nuestro país.

Por otro lado, el incremento de la clase media en nuestro país, tiene como resultado una sociedad más educada e informada acerca de las últimas tendencias, avances y costumbres a nivel mundial; donde la salud sigue jugando un papel protagónico.

Tecnológico

De acuerdo a la instalación del programa Practisis el cual es una herramienta de operación, control, administración y supervisión de negocios. Este programa se lo

utiliza para negocios de comida rápida, restaurantes, bares y discotecas entre otros. Los beneficios de Practisis incluyen, un sistema de generación de pedidos y facturas graficas que permiten atender al cliente ágilmente. Cierre de caja eficientemente y de manera oportuna, control y alerta del inventario, calcula el costo de producción, tiene reportes los cuales permiten analizar la operación, control de horas trabajadas por los empleados.

4.3 Evaluación mercados potenciales

El mercado potencial para el emprendimiento del proyecto son mujeres y hombres entre los 18- 60 años que consumen un promedio de 3-5 porciones de frutas a la semana y pagarían de \$3.00- \$3.50 por un bowl de Asaí, jugo o frutas. Las personas de esta edad usualmente están más conscientes de vivir una vida saludable. La manera de mantener esta vida es por medio de una buena alimentación.

4.4 Análisis de oferta y demanda

La competencia directa son los locales de venta de frutas y batidos tales como Mambo Juice, Frutabar, Below Zero a nivel nacional. Estos locales brindan productos similares como batidos, jugos naturales, frutas con helado y ensaladas. La competencia indirecta son: McDonalds, Burguer King, KFC, Sweet and Coffee, Juan Valdez, Dunkin Donuts, locales de venta de cola, agua, cervezas, yogurt. Estos locales brindan otros productos tales como helados, yogurt, frutillas con crema, café que podrían ser una opción del consumidor de acuerdo al precio y popularidad del producto. También existen los vendedores informales de jugos y de frutas en la calle que no han

regularizado su situación pero que llegan a gran cantidad de ciudadanos debido a su acceso directo en vez de ingresar a un centro comercial, costo accesible, y servicio ágil.

La opción viable sería tener un local fuera de un centro comercial por la comodidad de los clientes de tener parqueo y sin acceder a un centro comercial debido a la afluencia de personas pero estos centros comerciales son muy concurridos lo cual es bueno para el negocio.

Tamaño de la muestra

N: 600,000

p: 0.5

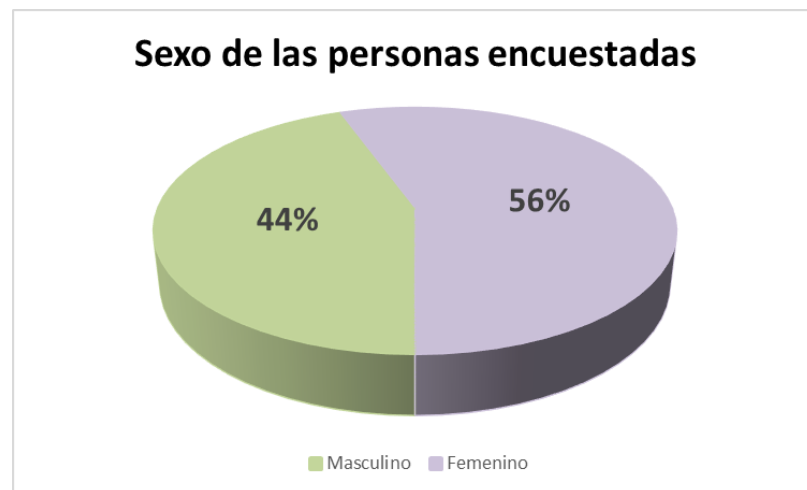
Nivel de confianza: 95%

e: 0.5%

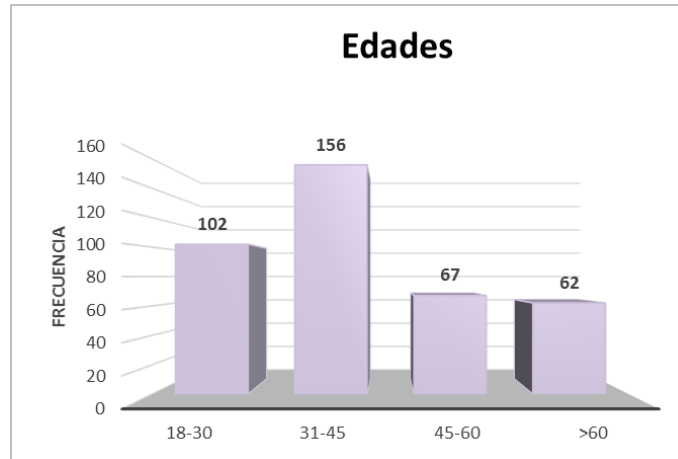
q: 0.5

Muestra: 387 ciudadanos Ecuatorianos

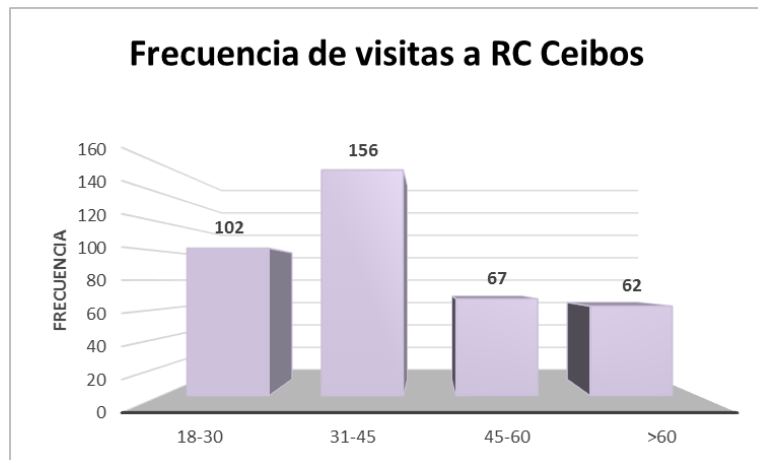
1. Sexo



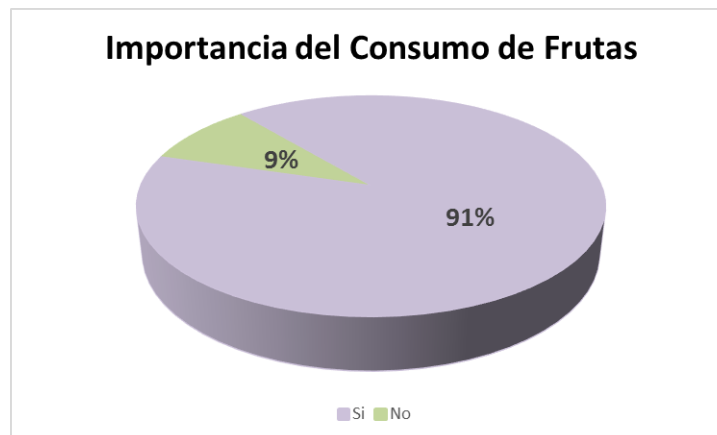
2. Edades



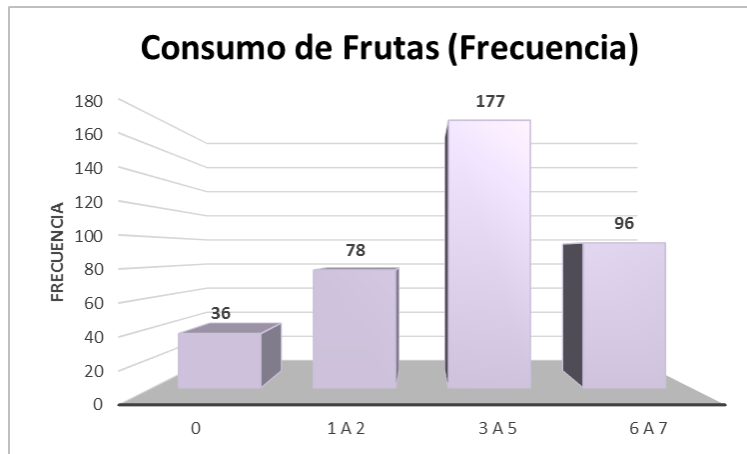
3. Con que frecuencia visita usted Rio Centro Ceibos?



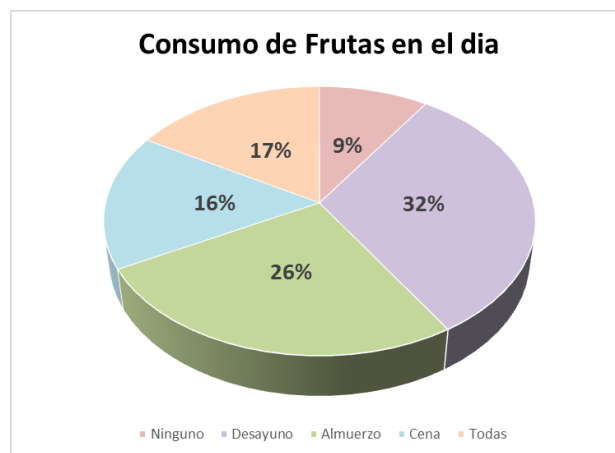
4. Considera usted que el consumo de frutas es importante para una buena alimentación y salud?



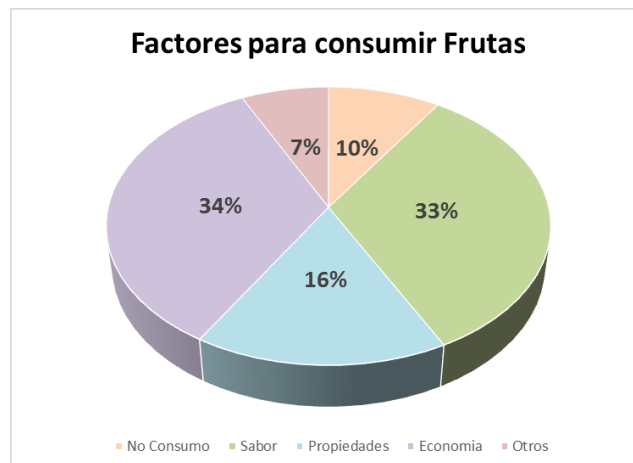
5. Aproximadamente cuantos días a la semana consume frutas?



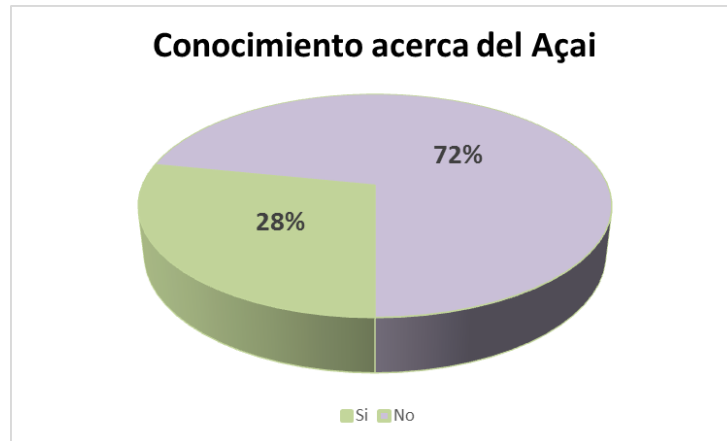
6. Durante que comidas realiza su mayor consumo de frutas?



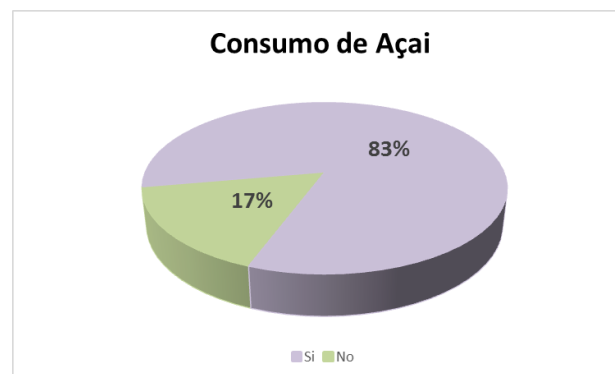
7. Que factores busca para su consumo de frutas?



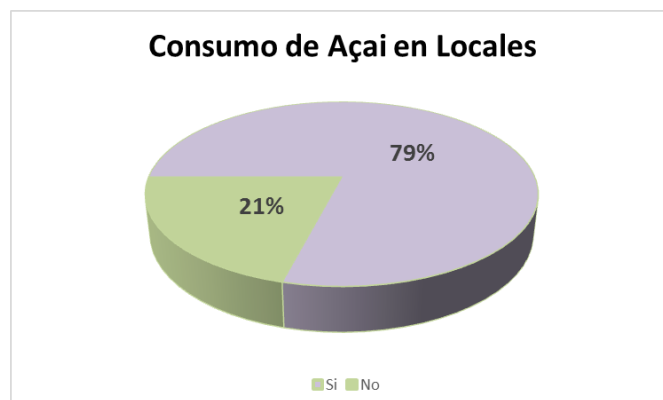
8. Ha escuchado acerca del Asaí?



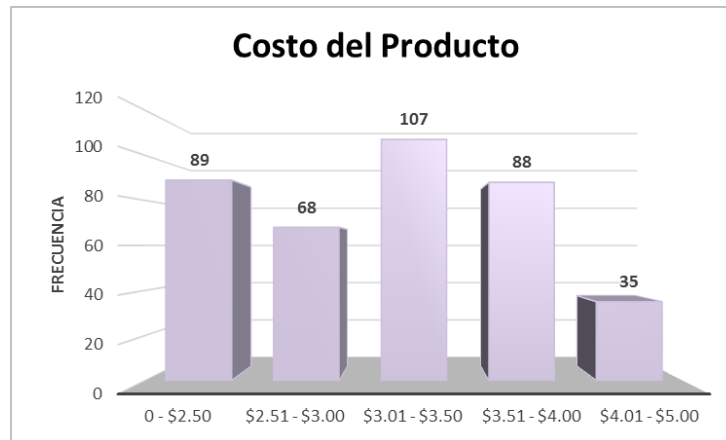
9. Si supiera que el Asaí es una fruta con delicioso sabor, que posee propiedades antioxidantes, diuréticas y un elevado contenido proteico; la incluiría en su dieta?



10. Consumiría el Asaí en un local donde sea ofrecido en diferentes presentaciones (Batidos, Jugos, Bowls, etc) y con diferentes variedades de frutas?



11. Cuanto pagaría usted por un producto final (jugo, batido, bowl) que contenga diferentes tipos de Frutas con Asaí?



De acuerdo a la encuesta realizada a 387 ciudadanos Ecuatorianos de los cuales 56% son mujeres y 44% hombres, entre las edades de 18 y más de 60 años visitan en su mayoría 2 veces a la semana Rio Centro Ceibos. El 91% de los encuestados consideran que es importante el consumo de frutas para una buena alimentación. El 46% de los encuestados consumen frutas de 3-5 días a la semana y de su mayoría en el desayuno. El 72% de los encuestados no conocen el asaí pero un 83% estaría dispuesto a probarlo luego de explicarle sus las propiedades que contiene donde la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$3 - \$3.50 por un bowl, batido o jugo.

Es importante que cada ser humano tenga un consumo de mínimo una porción de fruta diaria. Esto ayuda a potenciar el sistema inmune, mejora la circulación sanguínea, evita la anemia y el estreñimiento entre otros beneficios. El asaí es uno de los alimentos más importantes a nivel mundial por contener 33 veces más antioxidantes que la uva, vitaminas B, C y E, aminoácidos, calcio, potasio y fibra. (C Z, 2014)

Las personas que visitan Rio Centro Ceibos de Guayaquil estarían dispuestas a probar el producto ya que conocen las propiedades del asaí y sus beneficios.

4.5 Análisis de las 4P's

4.5.1 Producto

Se vende un producto saludable, nutritivo, y delicioso. Las opciones a brindarse son: jugos naturales, batidos, helados con frutas, frutas con semillas como chia, pasas, almendras etc. El cliente recibe un producto orgánico, bajo en calorías, y rico en vitaminas y minerales.



Imagen No. 1: Asai Bowl
Fuente: (Skinny Opinion, 2014)

Características del producto:

1. Rico en Vitaminas B1, B2, B3, C, E, calcio, potasio, proteínas y ácidos grasos saludables tales como el Omega 6 y 9.
2. Antioxidante (asaí) – 33 veces el nivel antioxidante de las uvas rojas del vino tinto.
3. Rico en fibras – recomendado para las personas mayores y para personas con problemas digestivos.

Características de la Pulpa congelada de Asaí



Grafico #3: Características de la pulpa congelada de Asaí

Fuente: (Arriola , Junchaya, La Fuente, & Foo, 2012)

Elaborado por: el Autor

Beneficios del consumidor:

1. Prevención de enfermedades degenerativas (enfermedad del corazón, cáncer, etc)
2. Incrementa energía y vitalidad
3. Protege ante gripes y sus malestares
4. Tono de piel – piel de aspecto saludable
5. Ojos sanos y la visión nocturna mejorada
6. Mejora la circulación, especialmente en las extremidades

Como ingrediente principal, se promocionará el Asaí el cual contiene las características en el grafico #1. El asaí se lo agrega a los jugos, batidos y frutas con diferentes semillas y frutos secos. Las frutas a utilizarse incluyen durazno, guineo, frutilla, kiwi, melón, mora, papaya, piña y sandia.

Producto: Diferentes frutas, asaí, Chia sedes, frutos secos

Valor agregado: Asaí bowl – comprende de una base de asaí (pulpa congelada), preferencia de frutas, semillas a elegirse

4.5.2 Precio

Jugos Naturales

Los jugos naturales varían en tamaño. El pequeño costará \$2.25. El grande costará \$3.00.

Smoothies

Los smoothies tamaño pequeño costarán \$3.25. El tamaño grande costará \$3.75

Asaí Bowl

El bowl tamaño mediano costará \$3.75. El bowl tamaño grande costará \$4.75

4.5.3 Plaza

El producto se lo venderá en Rio Centro Ceibos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Este local es estratégico debido a la afluencia de personas que concurren al mismo.

Para empezar se requiere de dos ayudantes para preparar el producto final. Las dos socias del negocio van a manejar la facturación para tener un mejor control sobre el las ventas junto con una ayudante la cual se la va a entrenar previo al proceso de apertura y se la controlará una vez abierto el lugar.

4.5.4 Promoción

Se maneja la promoción del negocio a través de las redes sociales. Las redes sociales a utilizarse son Instagram, Facebook y Twitter. La propaganda en Facebook tiene un costo de \$1500 como inversión inicial lo cual incluye 30 días de entrenamiento, asistencia vía correo y webx de por vida siempre y cuando cumpla con los requisitos; audiencia mínima de 200,000 personas y ser un nuevo anunciante. La propaganda en Twitter e Instagram es gratuita.

Es importante llegar a la mayor cantidad de clientes en el primer mes de apertura debido a que este negocio se maneja bien de boca en boca. Adicionalmente se alquilarían espacios publicitarios en Rio Centro Ceibos para promocionar nuestro producto.

4.5.5 Análisis FODA



Grafico #4: Análisis FODA

Fuente: (Young, 2012)

Elaborado por: el Autor

Fortalezas

- Brindar un producto saludable, nutritivo y orgánico es parte de nuestro aporte a la sociedad.
- El 50% de los Ecuatorianos (Aguirre & Sánchez, 2011) consumen bebidas y frutas lo cual nos ayuda a brindar nuestro producto a la mitad del país de manera ágil y creativa mediante bowls innovadores llenos de vitaminas y antioxidantes.

Debilidades

- Debido a que es producto relativamente nuevo, puede existir resistencia y duda sobre la importancia y necesidad de consumirlo.
- Debido a que las frutas son perecibles, duran muy poco tiempo al encontrarse expuestas a la luz, aire natural.

Oportunidades

- Aceptación del producto debido a su alto contenido de vitaminas y sus beneficios.
- Al no existir un producto similar en el mercado, el producto se torna más atractivo
- En el Ecuador producimos gran variedad de frutas las cuales están dentro de nuestro presupuesto.
- Con la excelente aceptación, se podrá expandir el negocio rápidamente.

Amenazas

- Lamentablemente nos vemos afectados diariamente por políticas de gobierno a la cual estamos sujetos todos los ciudadanos Ecuatorianos

- Desde el 2013 existen restricciones en las importaciones.
- Ingreso de nuevos competidores. En el Ecuador si alguien tiene una buena idea y la implementa, está sujeto a que la copien.

5. Análisis Operativo

5.1 Localización del Negocio

El local estará ubicado en el centro comercial Riocentro Ceibos, ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Contará con una oficina, que es de propiedad de la sociedad (por lo que no hay que pagar alquiler por el uso de la misma) que estará ubicada en el sector de Urdesa en la ciudad de Guayaquil.

Esta ubicación será la que constará en las facturas emitidas por el local.

5.2 Tamaño del Negocio

El local tendrá un espacio aproximado de 8mts x 5mts (40m²) para la elaboración y venta del producto.

Se encontrará equipado con 3 Ninja Bullets para la preparación del producto, 1 refrigeradora y 1 congelador para el almacenamiento de los compuestos y materia prima, al igual que 1 stand para mostrar las frutas a ser utilizadas.

También se contará con 1 caja registradora con interfaz gráfica que funcione con el Software Practisis, el cual será una pieza clave para el manejo de las finanzas, facturación y balances de la empresa, como también para el cálculo de los costos del producto final.

Se consideraron estas dimensiones y este equipamiento ya que el local estará ubicado en la plaza de comidas del Riocentro Ceibos Guayaquil, por lo que no se tendrá que invertir en sillas y mesas, dado que estas facilidades son prestadas por el mismo centro. De igual manera dada la gran afluencia de personas que concurren a este sitio, se optó por escoger esta opción para comercializar el producto.

5.3 Capacidad Instalada

La elaboración de cada producto toma aproximadamente de 3 a 5 minutos dependiendo de las características y composición del mismo.

Para jugos y batidos tenemos un tiempo de preparación aproximado de 3 minutos; en cambio preparar los bowls, que son productos más elaborados, tomara alrededor de 5 minutos.

Si se tiene un tiempo promedio de 4min por unidad entregada, se podrían elaborar aproximadamente 135 en una jornada laboral de 9 horas.

5.4 Descripción del producto

Jugos y Batidos

Se encontrarán en 3 presentaciones (pequeños, medianos y grandes) y su valor dependerá de la fruta o conjuntos de frutas y granos que compongan los mismos; incluyendo en todos el Asaí como ingrediente principal.

Bowls

Al igual que los jugos y batidos, estos se encontraran en 3 presentaciones (pequeños, medianos y grandes) y su valor dependerá de la fruta o conjuntos de frutas que compongan los mismos, incluyendo en todos el Asaí como ingrediente principal.

También, por valores adicionales, se podrán agregar “extras” como bolas de helado, chispas de chocolate, jaleas y mermeladas, frutas confitadas, etc.

5.5 Diagrama de procesos

Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos

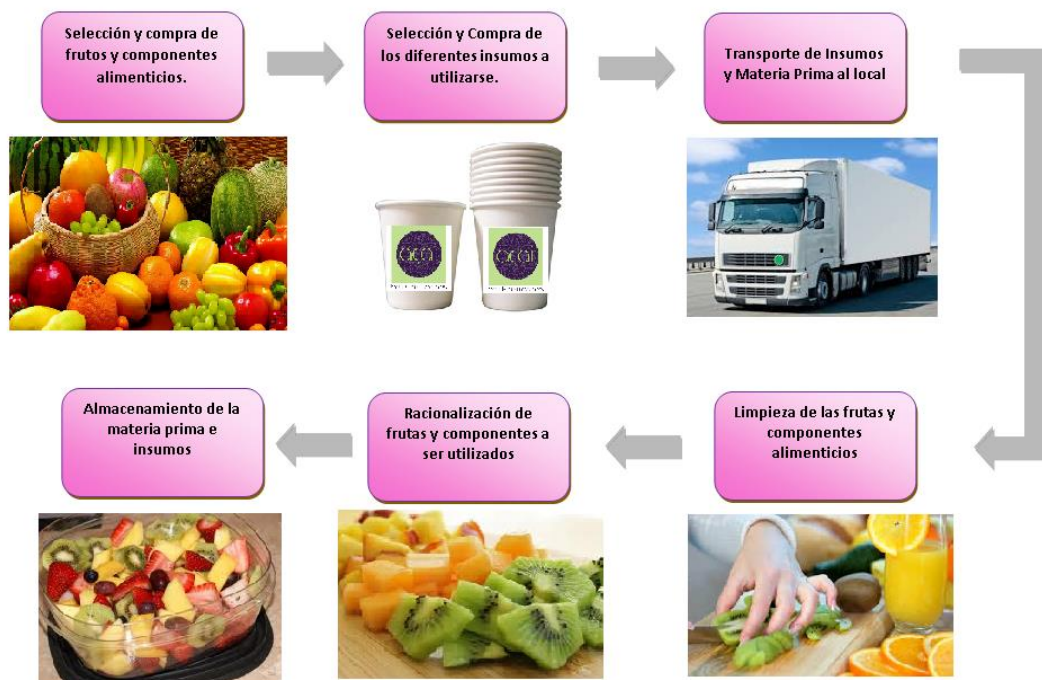


Gráfico No. 5 Elaborado por el Autor

1. Para seleccionar y comprar los frutos y componentes alimenticios utilizados en la elaboración de los productos, se visitaran diferentes mercados mayoristas, al igual que productores de alimentos, con el fin de buscar las mejores opciones en

relación costo/calidad. Se abastecerá de productos para 2 días, 3 días máximo, por las facultades perecibles de la materia prima.

2. Para la compra de los diferentes insumos desechables (vasos plásticos, de cartón, servilletas), se tendrá un proveedor oficial, que se encargue de la elaboración y distribución de los mismos.

Para la compra de insumos de limpieza, primero se buscarán opciones en grandes centros de distribución (Mi Comisariato, Supermaxi, ect) y también con empresas encargadas a la elaboración de este tipo de productos (Spartan, etc).

3. La transportación de los insumos y la materia prima variará, ya que en algunos casos estos serán comprados y transportados directamente por unos de los 2 socios del local; o serán transportados por el proveedor/distribuidor de los productos que estén siendo comprados.
4. Las frutas serán debidamente lavadas y limpiadas. Dependiendo el tipo de fruta, esta será cortada y separada de cascaras y semillas.
5. Luego las frutas pasaran por un proceso de división en porciones para los diferentes tipos de productos a ser elaborados.
6. Los insumos deberán ser almacenados en los diferentes sitios al igual que las frutas y alimentos deberán se almacenados en los refrigeradores y congeladores con el fin de garantizar su buena conservación.

Proceso de Venta del Producto



Gráfico No. 6 Elaborado por el Autor

1. Para el proceso de venta del producto empezamos por uno de los puntos más claves para la comercialización del mismo, que es el cliente acercándose al local y analizando las diferentes opciones que se brindan, ya que el cliente muchas veces se encuentra indeciso y analiza negocio por negocio las diferentes alternativas que tiene a su disposición, para esto se tiene que captar la atención del mismo dejándole saber los beneficios nutritivos que brindan los productos de Asaí bowls & Smoothies. Esto se conseguirá con la información propia de la decoración del local, al igual que la información que será brindada por los trabajadores encargados de atender a los clientes.

2. Una vez que el cliente decide consumir en el local y ha seleccionado el producto que desea, se procede a realizar la orden, ingresar los datos del cliente y se le deja saber el valor a cancelar.
3. Se realiza el pago del mismo, sea en efectivo o a través de alguna entidad de crédito. Posteriormente se facilita al cliente su factura y el número de su orden.
4. Dependiendo el producto deseado (Bowls, Jugos, Batidos, Smoothies, etc) se seleccionan los diferentes tipos de frutas y componentes que serán parte del producto final.
5. Una vez seleccionado los productos, se procede a realizar la elaboración de los mismos, teniendo como base el Asaí.
6. Se entrega el producto final al cliente para su consumo. Cabe recalcar que siempre se estará buscando la retroalimentación de los clientes por lo que siempre se estará abierto a críticas durante el proceso de ventas ya que la opinión del cliente es muy importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier empresa.

5.6 Ciclo del negocio

La vida útil del negocio a ser considerada es de 5 años, dado el tiempo de vida de las tecnologías a utilizar y la moda que puede generar el producto en sí.

5.7 Diseño de la planta y costos, de ser el caso.

El negocio no requiere de planta propia dado el tipo de producto a vender y el nicho de mercado al que se quiere acceder, sin embargo, más adelante se analizará la posibilidad de elaborar productos finales más elaborados cuya base sea el Asaí, que sean

comercializados en diferentes centros de distribución masiva (Mi Comisariato, Supermaxi, Tía, Gran AKÍ, etc.)

5.8 Inversión en Insumos y Tecnologías

Activo	Costo Unitario	Cantidad	Total
Practisis	\$565,60	1	\$565,60
Ninja Bullet	\$70,00	3	\$210,00
Congelador	\$1.200,00	1	\$1.200,00
Refrigerador	\$3.000,00	1	\$3.000,00
Adecuación del Local	\$5.000,00	-	\$5.000,00
Stand de Exhibición	\$4.000,00	1	\$4.000,00
Insumos de Cartón	-	-	\$350,00
Insumos Plásticos	-	-	\$900,00
Insumos de Papel	-	-	\$250,00
		TOTAL	\$15.475,60

Gráfico No. 7 Elaborado por: el Autor

5.9 Abastecimiento de materias primas

a. Localización y característica de las zonas de producción

El Asaí (Euterpe Oleracea) es una palma que principalmente crece en la selva amazónica en América del Sur, y se encuentra principalmente Brasil y Perú, sin embargo también crece naturalmente en países como Ecuador, Colombia, Surinam y Panamá.

b. Ciclos o estacionalidad de la producción

Las condiciones óptimas para el crecimiento del Asaí pueden ser encontradas en climas tropicales y templados que posean grandes cantidades de humedad, por lo que la amazonia es el sitio ideal para el desarrollo de esta palma. De igual manera el suelo debe

de contener una gran cantidad de materia orgánica y tener propiedades pantanosas para el correcto desarrollo de la misma. Dado al ambiente donde crece, la palma de Asaí requiere de poca luz y solamente cuando esta sea adulta, tendrá tolerancia a la exposición solar. (Botanical Online, 2014)

Desde Septiembre hasta Febrero se inicia el periodo de cosecha y recolección del Asaí en la amazonia sudamericana, en la que los recolectores escalan los arboles de 15 metros, y cortan las ramas con la fruta en forma de bayas. (Fioravanti, 2013)

c. Materias primas

Aparte del Asaí, como ingrediente principal para los productos a ofrecerse, las otras frutas para elegir son: banano, sandia, piña, frutilla, mora, papaya, naranja, kiwi, melón, durazno; al igual que semillas de trigo y chía.

Por otra parte nuestros productos también estarán elaborados con productos lácteos como la leche, yogurt y helados.

d. Disponibilidad de insumos complementarios

La disponibilidad de estos insumos complementarios es grande ya que son frutas y productos que se encuentran con facilidad debido a su alta producción en el país.

e. Programación de abastecimiento

El tipo de abastecimiento será mensualmente (1 vez al mes), y el medio de transportación será por vía terrestre, recogiendo el Asaí en la amazonia Ecuatoriana y llevándolo hasta las instalaciones en Guayaquil.

La materia prima complementaria será adquirida 2 veces a la semana en mercados mayoristas de frutas en la ciudad de Guayaquil.

5.10 Recursos Humanos

Para este proyecto se considera contratar 2 personas, que como mínimo requerimiento, hayan finalizado el bachillerato.

Estas 2 personas se encargarán de:

- Manejo de caja registradora.
- Preparación de los diferentes productos ofrecidos en el local
- Racionalización de las diferentes materias primas
- Limpieza del Local

Cabe recalcar que los dos socios tomarán parte activa del día a día del negocio, ya que se encargarán de:

- Administración y manejo de las finanzas
- Compra de insumos y materia prima
- Difusión del producto a través de las diferentes cuentas de redes sociales
- Buscar diferentes tipos de alianzas de negocios para la comercialización de los productos.

6. Análisis Financiero

6.1 Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

Plan de Inversiones y Fuentes de Financiamiento		
DESCRIPCION	Debito	Credito
ACTIVOS		
Ninja Bullets	\$210.00	
Congelador	\$1,200.00	
Refrigerador	\$3,000.00	
Stand para exhibir frutas	\$4,000.00	
Alquiler del Local (3 meses)	\$3,600.00	
Practicis	\$565.60	
Materia Prima	\$2,000.00	
Adecuación del Local	\$5,000.00	
Insumos	\$1,500.00	
Gastos de Constitución	\$1,800.00	
Permisos de Funcionamiento	\$1,200.00	
Publicidad	\$2,500.00	
Contabilidad	\$350.00	
PATRIMONIO		
Inversión Propia		\$ -
Prestamo CFN		\$ 26,900.00
TOTAL	\$ 26,925.60	\$ 26,900.00

Gráfico No 8: Plan de Inversiones y Fuentes de Financiamiento. El Autor

6.2 Calendario de inversiones

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
Datos		Datos Financieros				
Prestamo	\$ 26,900.00		Cuota Calculada	\$ 842.95		
Cuotas Mensuales	36		Total Intereses	\$ 3,446.14		
Tasa Anual	8%		Monto Total	\$ 30,346.14		
Tasa Mensual	0.67%					
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	INTERES ACUMULADO	AMORTIZACION ACUMULADA
1	\$ 26,900.00	\$ 842.95	\$ 179.33	\$ 663.61	\$ 179.33	\$ 663.61
2	\$ 26,236.39	\$ 842.95	\$ 174.91	\$ 668.04	\$ 354.24	\$ 1,331.65
3	\$ 25,568.35	\$ 842.95	\$ 170.46	\$ 672.49	\$ 524.70	\$ 2,004.15
4	\$ 24,895.85	\$ 842.95	\$ 165.97	\$ 676.98	\$ 690.67	\$ 2,681.12
5	\$ 24,218.88	\$ 842.95	\$ 161.46	\$ 681.49	\$ 852.13	\$ 3,362.61
6	\$ 23,537.39	\$ 842.95	\$ 156.92	\$ 686.03	\$ 1,009.05	\$ 4,048.64
7	\$ 22,851.36	\$ 842.95	\$ 152.34	\$ 690.61	\$ 1,161.39	\$ 4,739.25
8	\$ 22,160.75	\$ 842.95	\$ 147.74	\$ 695.21	\$ 1,309.13	\$ 5,434.46
9	\$ 21,465.54	\$ 842.95	\$ 143.10	\$ 699.84	\$ 1,452.23	\$ 6,134.30
10	\$ 20,765.70	\$ 842.95	\$ 138.44	\$ 704.51	\$ 1,590.67	\$ 6,838.81
11	\$ 20,061.19	\$ 842.95	\$ 133.74	\$ 709.21	\$ 1,724.41	\$ 7,548.02
12	\$ 19,351.98	\$ 842.95	\$ 129.01	\$ 713.94	\$ 1,853.42	\$ 8,261.96
13	\$ 18,638.04	\$ 842.95	\$ 124.25	\$ 718.69	\$ 1,977.68	\$ 8,980.65
14	\$ 17,919.35	\$ 842.95	\$ 119.46	\$ 723.49	\$ 2,097.14	\$ 9,704.14
15	\$ 17,195.86	\$ 842.95	\$ 114.64	\$ 728.31	\$ 2,211.78	\$ 10,432.45
16	\$ 16,467.55	\$ 842.95	\$ 109.78	\$ 733.16	\$ 2,321.56	\$ 11,165.61
17	\$ 15,734.39	\$ 842.95	\$ 104.90	\$ 738.05	\$ 2,426.46	\$ 11,903.66
18	\$ 14,996.34	\$ 842.95	\$ 99.98	\$ 742.97	\$ 2,526.43	\$ 12,646.64
19	\$ 14,253.36	\$ 842.95	\$ 95.02	\$ 747.93	\$ 2,621.46	\$ 13,394.56
20	\$ 13,505.44	\$ 842.95	\$ 90.04	\$ 752.91	\$ 2,711.49	\$ 14,147.47
21	\$ 12,752.53	\$ 842.95	\$ 85.02	\$ 757.93	\$ 2,796.51	\$ 14,905.40
22	\$ 11,994.60	\$ 842.95	\$ 79.96	\$ 762.98	\$ 2,876.47	\$ 15,668.39
23	\$ 11,231.61	\$ 842.95	\$ 74.88	\$ 768.07	\$ 2,951.35	\$ 16,436.46
24	\$ 10,463.54	\$ 842.95	\$ 69.76	\$ 773.19	\$ 3,021.11	\$ 17,209.65
25	\$ 9,690.35	\$ 842.95	\$ 64.60	\$ 778.35	\$ 3,085.71	\$ 17,988.00
26	\$ 8,912.00	\$ 842.95	\$ 59.41	\$ 783.53	\$ 3,145.12	\$ 18,771.53
27	\$ 8,128.47	\$ 842.95	\$ 54.19	\$ 788.76	\$ 3,199.31	\$ 19,560.29
28	\$ 7,339.71	\$ 842.95	\$ 48.93	\$ 794.02	\$ 3,248.24	\$ 20,354.31
29	\$ 6,545.69	\$ 842.95	\$ 43.64	\$ 799.31	\$ 3,291.88	\$ 21,153.62
30	\$ 5,746.38	\$ 842.95	\$ 38.31	\$ 804.64	\$ 3,330.19	\$ 21,958.26
31	\$ 4,941.74	\$ 842.95	\$ 32.94	\$ 810.00	\$ 3,363.14	\$ 22,768.26
32	\$ 4,131.74	\$ 842.95	\$ 27.54	\$ 815.40	\$ 3,390.68	\$ 23,583.66
33	\$ 3,316.34	\$ 842.95	\$ 22.11	\$ 820.84	\$ 3,412.79	\$ 24,404.50
34	\$ 2,495.50	\$ 842.95	\$ 16.64	\$ 826.31	\$ 3,429.43	\$ 25,230.81
35	\$ 1,669.19	\$ 842.95	\$ 11.13	\$ 831.82	\$ 3,440.55	\$ 26,062.63
36	\$ 837.37	\$ 842.95	\$ 5.58	\$ 837.37	\$ 3,446.14	\$ 26,900.00

Gráfico No. 9 Calendario de Inversiones. El Autor

6.3 Ingresos Projectados (5 años)

ESCENARIO OPTIMISTA																	
INGRESOS																	
Cantidad de clientes esperados	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2350	2379	2409	2439	2470	2501	2532	2563	2596	2628	2661	2694	30222	34755	38092	41748	45756
Cantidad de Unidades por clientes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Precio promedio de Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
Total Facturación	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 8.225	\$ 8.328	\$ 8.432	\$ 8.537	\$ 8.644	\$ 8.752	\$ 8.861	\$ 8.972	\$ 9.084	\$ 9.198	\$ 9.313	\$ 9.429	\$ 105.776	\$ 121.643	\$ 133.321	\$ 146.119	\$ 160.147

ESCENARIO CONSERVADOR																	
INGRESOS																	
Cantidad de clientes esperados	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2000	2025	2050	2076	2102	2128	2155	2182	2209	2237	2265	2293	25721	29579	34016	39118	44986
Cantidad de Unidades por clientes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Precio promedio de Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
Total Facturación	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 7.000	\$ 7.088	\$ 7.176	\$ 7.266	\$ 7.357	\$ 7.449	\$ 7.542	\$ 7.636	\$ 7.731	\$ 7.828	\$ 7.926	\$ 8.025	\$ 90.023	\$ 103.526	\$ 119.055	\$ 136.913	\$ 157.450

Gráfico No. 10 Ingresos Projectados (5 años)

6.4 Flujos de caja proyectados (5 años)

ESCENARIO OPTIMISTA																	
FLUJO DE FONDOS																	
PERIODO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos																	
Total Facturación	\$ 8.225	\$ 8.328	\$ 8.432	\$ 8.537	\$ 8.644	\$ 8.752	\$ 8.861	\$ 8.972	\$ 9.084	\$ 9.198	\$ 9.313	\$ 9.429	\$ 105.776	\$ 121.643	\$ 133.321	\$ 146.119	\$ 160.147
Otros Ingresos																	
Total Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos	\$ 8.225	\$ 8.328	\$ 8.432	\$ 8.537	\$ 8.644	\$ 8.752	\$ 8.861	\$ 8.972	\$ 9.084	\$ 9.198	\$ 9.313	\$ 9.429	\$ 105.776	\$ 121.643	\$ 133.321	\$ 146.119	\$ 160.147
Costos variables																	
Total costos variables	\$ 3.173	\$ 3.212	\$ 3.252	\$ 3.293	\$ 3.334	\$ 3.376	\$ 3.418	\$ 3.461	\$ 3.504	\$ 3.548	\$ 3.592	\$ 3.637	\$ 40.799	\$ 46.919	\$ 51.424	\$ 56.360	\$ 61.771
Costos fijos																	
Total costos fijos	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 29.848	\$ 39.322	\$ 35.400	\$ 35.400	\$ 35.400
Total Costos	\$ 5.660	\$ 5.699	\$ 5.740	\$ 5.780	\$ 5.821	\$ 5.863	\$ 5.905	\$ 5.948	\$ 5.991	\$ 6.035	\$ 6.079	\$ 6.124	\$ 70.648	\$ 86.241	\$ 86.824	\$ 91.760	\$ 97.171
Otros Egresos																	
Depreciación	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 921	\$ 921	\$ 921	\$ 921	\$ 921
Pago Prestamo	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115
Total egresos	\$ 6.580	\$ 6.619	\$ 6.659	\$ 6.700	\$ 6.741	\$ 6.783	\$ 6.825	\$ 6.868	\$ 6.911	\$ 6.955	\$ 6.999	\$ 7.044	\$ 81.684	\$ 97.277	\$ 97.860	\$ 92.681	\$ 98.092
Rent. Antes impuestos	\$ 1.645	\$ 1.709	\$ 1.773	\$ 1.837	\$ 1.903	\$ 1.969	\$ 2.036	\$ 2.104	\$ 2.173	\$ 2.243	\$ 2.314	\$ 2.385	\$ 24.093	\$ 24.366	\$ 35.461	\$ 53.438	\$ 62.055
Impuestos																	
Total impuestos	\$ 247	\$ 256	\$ 266	\$ 276	\$ 285	\$ 295	\$ 305	\$ 316	\$ 326	\$ 336	\$ 347	\$ 358	\$ 3.614	\$ 3.655	\$ 5.319	\$ 8.016	\$ 9.308
Rentabilidad Final	\$ 1.399	\$ 1.452	\$ 1.507	\$ 1.562	\$ 1.617	\$ 1.674	\$ 1.731	\$ 1.789	\$ 1.847	\$ 1.907	\$ 1.967	\$ 2.027	\$ 20.479	\$ 20.711	\$ 30.142	\$ 45.422	\$ 52.747

ESCENARIO CONSERVADOR																	
FLUJO DE FONDOS																	
PERIODO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos																	
Total Facturación	\$ 7.000	\$ 7.088	\$ 7.176	\$ 7.266	\$ 7.357	\$ 7.449	\$ 7.542	\$ 7.636	\$ 7.731	\$ 7.828	\$ 7.926	\$ 8.025	\$ 90.023	\$ 103.526	\$ 119.055	\$ 136.913	\$ 157.450
Otros Ingresos																	
Total Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos	\$ 7.000	\$ 7.088	\$ 7.176	\$ 7.266	\$ 7.357	\$ 7.449	\$ 7.542	\$ 7.636	\$ 7.731	\$ 7.828	\$ 7.926	\$ 8.025	\$ 90.023	\$ 103.526	\$ 119.055	\$ 136.913	\$ 157.450
Costos variables																	
Total costos variables	\$ 2.700	\$ 2.734	\$ 2.768	\$ 2.803	\$ 2.838	\$ 2.873	\$ 2.909	\$ 2.945	\$ 2.982	\$ 3.019	\$ 3.057	\$ 3.095	\$ 34.723	\$ 39.931	\$ 45.921	\$ 52.809	\$ 60.731
Costos fijos																	
Total costos fijos	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 2.487	\$ 29.848	\$ 35.400	\$ 35.400	\$ 35.400	\$ 35.400
Total Costos	\$ 5.187	\$ 5.221	\$ 5.255	\$ 5.290	\$ 5.325	\$ 5.360	\$ 5.396	\$ 5.433	\$ 5.469	\$ 5.507	\$ 5.544	\$ 5.583	\$ 64.571	\$ 75.331	\$ 81.321	\$ 88.209	\$ 96.131
Otros Egresos																	
Depreciación	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 77	\$ 921	\$ 921	\$ 921	\$ 921	\$ 921
Pago Prestamo	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 843	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115	\$ 10.115
Total egresos	\$ 6.107	\$ 6.141	\$ 6.175	\$ 6.210	\$ 6.245	\$ 6.280	\$ 6.316	\$ 6.352	\$ 6.389	\$ 6.426	\$ 6.464	\$ 6.502	\$ 75.607	\$ 86.368	\$ 92.358	\$ 89.130	\$ 97.052
Rent. Antes impuestos	\$ 893	\$ 947	\$ 1.001	\$ 1.056	\$ 1.112	\$ 1.169	\$ 1.226	\$ 1.284	\$ 1.342	\$ 1.402	\$ 1.462	\$ 1.523	\$ 14.415	\$ 17.158	\$ 26.697	\$ 47.783	\$ 60.398
Impuestos																	
Total impuestos	\$ 134	\$ 142	\$ 150	\$ 158	\$ 167	\$ 175	\$ 184	\$ 193	\$ 201	\$ 210	\$ 219	\$ 228	\$ 2.162	\$ 2.574	\$ 4.005	\$ 7.167	\$ 9.060
Rentabilidad Final	\$ 759	\$ 805	\$ 851	\$ 898	\$ 945	\$ 993	\$ 1.042	\$ 1.091	\$ 1.141	\$ 1.191	\$ 1.242	\$ 1.294	\$ 12.253	\$ 14.584	\$ 22.693	\$ 40.615	\$ 51.339

Gráfico No. 11 Flujos de caja proyectados. El Autor

6.5 Proyecciones de estados de resultados

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 103.160,72	\$ 113.064,15	\$ 123.918,31	\$ 135.814,46	\$ 148.852,65
(-) Costo de Venta		\$ (39.790,56)	\$ (43.610,46)	\$ (47.797,06)	\$ (52.385,58)	\$ (57.414,59)
(=) Utilidad Bruta		\$ 63.370,16	\$ 69.453,69	\$ 76.121,25	\$ 83.428,89	\$ 91.438,06
(-) Gastos Administrativos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos de Ventas		\$ (29.848,08)	\$ (39.321,59)	\$ (35.400,00)	\$ (35.400,00)	\$ (35.400,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 33.522,08	\$ 30.132,10	\$ 40.721,25	\$ 48.028,89	\$ 56.038,06
Depreciación		\$ 921,00	\$ 921,00	\$ 921,00	\$ 921,00	\$ 921,00
(=) UAIT		\$ 34.443,08	\$ 31.053,10	\$ 41.642,25	\$ 48.949,89	\$ 56.959,06
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (5.166,46)	\$ (4.657,96)	\$ (6.246,34)	\$ (7.342,48)	\$ (8.543,86)
(-) Impuesto a la Renta	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA		\$ 29.276,61	\$ 26.395,13	\$ 35.395,91	\$ 41.607,40	\$ 48.415,20

Gráfico No. 12 Proyección de Estados de resultados. El Autor

6.6 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio en Unidades:

Costos Fijos

Precio de Ventas – Costo Variable Unitario

COSTOS FIJOS	
Deprec. Planta	\$ 921,00
Sueldos y Salarios / año	\$ 13.720,00
Permisos / año	\$ 300,00
Publicidad anual	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 16.128,00
Gastos de prestamo + Int	\$ 842,95
COSTO FIJO TOTAL	\$ 29.848,08

COSTOS VARIABLES	
Unidades Producidas	\$ 29.474,49
Costo Unitario	\$ 1,00
Costo Total Insumos	\$ 29.475,49
Gastos Produccion	\$ 10.316,07
TOTAL VARIABLES	\$ 39.791,56

Unidades Prod. / Año 29.474

Costo Variable Unitario \$ 1,35

Precio de Venta Unitario \$ 3,50

$$PE = CF / (P - CVU)$$

Punto de Equilibrio en Unidades **13.883**

Unidades Producidas despues de P.E. **15.591**

Utilidad por unidad producida despues de cubrir costos \$ 2,15

Utilidad Bruta **\$ 33.521,08**

Gráfico No. 13 Punto de Equilibrio

6.7 Índices Financieros

ESCENARIO OPTIMISTA						
RENTABILIDAD FINAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$ (26.900)	\$ 20.479	\$ 20.711	\$ 30.142	\$ 45.422
VAN	\$ 118.628					
TIR	89%					
PRI	1,3 años					

ESCENARIO CONSERVADOR						
RENTABILIDAD FINAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$ (26.900)	\$ 12.253	\$ 14.584	\$ 22.693	\$ 40.615
VAN	\$ 93.821,08					
TIR	66%					
PRI	2 años					

Gráfico No. 14 Índices Financieros

6.8 Análisis de sensibilidad (dos escenarios de 6.4 y 6.5)

Escenario Conservador:

Año/ Utilidad	\$ 26.900,00	
2014	\$ 12.252,83	Crecimiento Estimado 12%
2015	\$ 13.723,17	
2016	\$ 15.369,95	
2017	\$ 17.214,35	
2018	\$ 19.280,07	
2019	\$ 21.593,67	
2020	\$ 24.184,92	
2021	\$ 27.087,11	
2022	\$ 30.337,56	
2023	\$ 33.978,07	

Escenario Optimista

Año/ Utilidad	\$ 26.900,00	
2014	\$ 12.252,83	Crecimiento Estimado 50%
2015	\$ 18.379,25	
2016	\$ 27.568,87	
2017	\$ 41.353,30	
2018	\$ 62.029,96	
2019	\$ 93.044,94	
2020	\$ 139.567,40	
2021	\$ 209.351,11	
2022	\$ 314.026,66	
2023	\$ 471.039,99	

Gráfico No. 15 Análisis de sensibilidad

6.9 Tiempo de retorno de la inversión (Payback)

Escenario Conservador

PRI			2 años
\$	(26.900)	\$	12.253
\$	(14.647)	\$	14.584
\$	(63)	\$	22.693
\$	22.630	\$	40.615
\$	63.245	\$	51.339

Escenario Optimista

PRI			1,3 años
\$	(26.900)	\$	20.479
\$	(6.421)	\$	20.711
\$	14.289	\$	30.142
\$	44.431	\$	45.422
\$	89.853	\$	52.747

Gráfico No. 16 Tiempo de retorno de la inversión

7. Conclusiones

Luego de realizar el plan de negocios, se pudo determinar que la rentabilidad es pequeña pero se tendrá un ingreso a largo plazo. La mejor opción es poner un local anualmente para poder cubrir otros mercados locales y así dar a conocer el producto a nivel local y nacional.

- Al realizar el estudio de mercado se determinó que existe una demanda del producto debido a la necesidad de cuidar la salud. Hoy en día la mayoría de locales de comida optan por brindar productos nutritivos lo cual ubica al negocio dentro de esta categoría.
- El asaí es la fruta vital para este negocio y va a cambiar el régimen alimenticio de muchas personas una vez que lo prueben. A pesar de que es una fruta perecible es bastante manejable y económica por que la encontramos en nuestro propio país.
- El proyecto es viable siempre y cuando se venda en grandes cantidades. Lo interesante será poner una propia planta de procesamiento en la amazonia y así abaratar costos. La inversión inicial será fuerte pero el retorno a largo plazo será mucho mayor.

Bibliografía

- Aguirre, E. M., & Sánchez, L. E. (21 de 02 de 2011). *Dspace UPS*. Obtenido de Dspace UPS: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1704/13/UPS-GT000164.pdf>
- Arriola , A. L., Junchaya, M., La Fuente, A., & Foo, R. (26 de Mayo de 2012). *Exportación de Pulpa Congelada Acai*. Obtenido de <http://exportacionacaiupc.blogspot.com/>
- Botanical Online. (2014). *Botanical Online*. Obtenido de http://www.botanical-online.com/acai_propiedades_de_la_pulpa_de_acai.htm
- Botanical Online. (2014). *Historia del Acai*. Obtenido de http://www.botanical-online.com/acai_historia.htm
- C Z, A. (2014). *Salud fisica, mental y espiritual*. Obtenido de <http://salud-fisica-mental-y-espiritual.blogspot.com/2014/02/acai-propiedades-y-beneficios.html>
- Cámara de Comercio de Quito. (17 de Julio de 2013). *derechoecuador.com*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- Fioravanti, C. (2013). Revista Pesquisa. *Pesquisa Fapesp*, <http://revistapesquisa.fapesp.br/en/2013/03/19/acai-from-the-ground-to-the-snack-bar/>
- M.I. Municipalidad de Guayaquil. (2014). *Trámites en Uso del Espacio y Vía Pública*. Obtenido de URL: <http://www.guayaquil.gov.ec/?q=content/tr%C3%A1mites-en-uso-del-espacio-y-v%C3%ADa-p%C3%BAblica>
- Ministerio de Coordinacion de la Produccion, Empleo y Competitividad. (2014). *Invest Ecuador*. Obtenido de <http://www.investecuador.ec/portal1/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=2&pid=107>
- Ministerio de Educación. (2014). Obtenido de Ministerio de Educacion: <http://www.pae.gob.ec/>
- Piñeiro, E. (24 de 03 de 2009). *Eroski Consumer*. Obtenido de http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2009/03/24/184153.php
- Revista Lideres.ec. (19 de 03 de 2012). *Revista Lideres.ec*. Obtenido de Revista Lideres.ec: http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-elevan-niveles-consumo_0_664733554.html
- Skinny Opinion. (2014). Obtenido de <http://www.skinnyopinion.com/2014/04/07/homemade-acai-bowl/>

- Young, J. (05 de Diciembre de 2012). *PREZI*. Obtenido de <http://prezi.com/qtge8jfn-ub0/acai-bowl/>

