



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y POSTGRADOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO FINAL PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: INTRODUCCIÓN DE LOS SMOOTHIES AL
MERCADO LOCAL A TRAVÉS DE LA EMPRESA FRUIT JUICE
BARS S.A. COMO UN ALIMENTO SALUDABLE Y BAJO EN
GRASAS.**

AUTORES

- ECON. MARÍA FERNANDA BASTIDAS ALVARADO
- ECON. ÁNGEL SILVIO YUMIBANDA MONTIEL

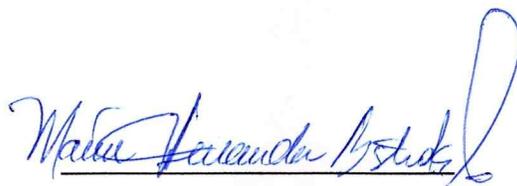
TUTORA

ING. MARA CABANILLA

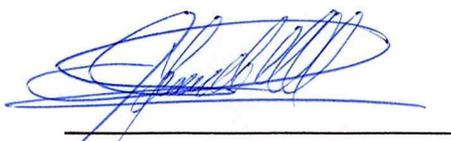
**GUAYAQUIL – ECUADOR
AGOSTO DEL 2011**

Declaración Expresa

El contenido y la responsabilidad de este Trabajo de Tesis para obtener el título de Magister en Administración de Empresas, nos corresponde exclusivamente; y, el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG.



Ec. María Fernanda Bastidas Alvarado



Ec. Ángel Silvio Yumibanda Montiel

Dedicatoria

Primero, dedicamos este trabajo a Dios por darnos la fortaleza, salud, sabiduría y sobretodo paciencia y perseverancia en todos nuestros años de estudios, ya que sin él nada de esto hubiera sido posible; a nuestras familias, pero sobre todo a nuestros padres por su amor constante y por su valioso apoyo brindado a lo largo de nuestras vidas, y, por habernos aconsejado con valores morales para la superación personal.

A todas las personas que de una u otra forma nos ayudaron a lo largo de nuestra formación académica.

María Fernanda Bastidas Alvarado
Angel Silvio Yumibanda Montiel

Agradecimientos

Agradecemos a Dios, a nuestros padres y hermanos, amigos, profesores, quienes de una u otra forma nos apoyaron para alcanzar nuestros objetivos.

María Fernanda Bastidas Alvarado
Angel Silvio Yumibanda Montiel

ÍNDICE GENERAL

Carátula	I
Declaración Expresa	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Índice General	V
Índice de Tablas, figuras y anexos	VI

ÍNDICE GENERAL DE LA TESIS

Resumen de la Investigación	1
Introducción	2
1. Capítulo 1: Diseño de la Investigación	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Problema de la Investigación	28
1.2.1. Planteación del Problema	28
1.2.2. Formulación del Problema	29
1.2.3. Sistematización del Problema	29
1.3. Objetivos de la Investigación	29
1.3.1. Objetivo General	29
1.3.2. Objetivos Específicos	29
1.4. Justificación de la Investigación	30
1.5. Marco de Referencia de la Investigación	31
1.5.1. Marco Teórico	31
1.5.2. Marco Conceptual	50
1.6. Formulación de las Hipótesis	54
1.6.1. Hipótesis General	54
1.6.2. Hipótesis Particulares	54
1.7. Variables	55
1.7.1. Hipótesis General	55
1.7.2. Hipótesis Particulares 1	57
1.7.3. Hipótesis Particulares 2	59
1.7.4. Hipótesis Particulares 3	61
1.8. Aspectos Metodológicos de la Investigación	63
1.8.1. Tipo de estudio	63
1.8.2. Métodos de Investigación	63
1.8.3. Fuentes y Técnicas para la Recolección de Información	65
1.8.4. Tratamiento de la Información	65
1.9. Resultados e Impactos Esperados	68
2. Capítulo 2: Análisis, Presentación de Resultados y Diagnóstico	
2.1. Análisis de la Situación Actual	70
2.2. Análisis Comparativo, Evolución, Tendencias y Perspectivas	73
2.2.1. Análisis de la Competencia	73
2.2.2. Análisis FODA	78
2.2.3. Las Cinco Fuerzas de Porter	79
2.2.4. Análisis de Precios	81
2.2.5. Estrategias de Posicionamiento	82
2.2.6. Ventaja Competitiva	82
2.2.7. Análisis de la Oferta	82
2.2.8. Análisis de la Demanda	83
2.3. Presentación de Resultados y Diagnóstico	85
2.3.1. Resultados de la Encuesta	85
2.4. Verificación de Hipótesis	90
3. Capítulo 3: Creación de la Empresa	
3.3. Estudio Técnico	95
3.3.1. Requerimientos del Negocio	100
3.4. Estudio Financiero	106
3.4.1. Inversión Inicial	107
3.4.2. Capital de Trabajo	109
3.4.3. Flujo de Caja	109
3.4.4. Estado de Resultado o Pérdidas y Ganancias	110
3.4.5. Estado de Situación Inicial o Balance General	111
3.4.6. Punto de Equilibrio	111
3.4.7. Cálculo de Indicadores de Rentabilidad	113
3.4.8. Índices Financieros	114
Conclusiones	117
Recomendaciones	119
Bibliografía	121
Anexos	125

ÍNDICE DE TABLAS

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1: Organigrama de la Empresa	14
Tabla No. 2: Cuadro de Salarios de Empleados	14
Tabla No. 3: Cronograma de Trabajo de Fruit Juice Bars	27
Tabla No. 4: Información Nutricional de las frutas	37
Tabla No. 5: Estacionabilidad de las frutas	38
Tabla No. 6: Ficha Técnica de la encuesta	65
Tabla No. 7: Ficha Técnica del Focus Group	65
Tabla No. 8: Análisis de precios de nuestros productos	80
Tabla No. 9: Proyección de la demanda anual	83
Tabla No. 10: Proyección de la demanda a 5 años	84
Tabla No. 11: Flujograma del Proceso	97
Tabla No. 12: Flujograma del Servicio al Cliente	98
Tabla No. 13: Flujograma de Abastecimiento de Materia Prima	98
Tabla No. 14: Listado de Equipos	99
Tabla No. 15: Depreciación de la Maquinaria	99
Tabla No. 16: Listado de Muebles	100
Tabla No. 17: Listado de Utensilios	100
Tabla No. 18: Materia Prima	101
Tabla No. 19: Materiales Directos	102
Tabla No. 20: Otros Materiales Directos	102
Tabla No. 21: Suministros de Oficina	102
Tabla No. 22: Útiles de Limpieza	103
Tabla No. 23: Recurso Humano	103
Tabla No. 24: Costos Variables	104
Tabla No. 25: Proyección de Costo Variable Total por año	104
Tabla No. 26: Costos Fijos	105
Tabla No. 27: Activos Fijos o Tangibles	106
Tabla No. 28: Depreciación de Activos Fijos	106
Tabla No. 29: Activos Diferidos o Intangibles	107
Tabla No. 30: Amortización de Activos Diferidos	107
Tabla No. 31: Otros Activos	107
Tabla No. 32: Capital de Trabajo	108
Tabla No. 33: Flujo de Caja Proyectado	108
Tabla No. 34: Estado de Resultados o Pérdidas y Ganancias	109
Tabla No. 35: Estado de Situación Inicial o Balance General	110

ÍNDICE DE FIGURAS

LISTA DE FIGURAS

Figura No. 1: Logotipo de la Empresa	8
Figura No. 2: Ciclo de Vida del Producto	18
Figura No. 3: Localización de la Empresa	94
Figura No. 4: Mapa de Localización de la Empresa	95
Figura No. 7: Diseño del negocio	95

ÍNDICE DE ANEXOS

Información Nutricional por 100ml	126
Proyección de Sueldos y Salarios	127
Proyección de Beneficios Sociales	127
Proyección de Costos Fijos	127
Menú	128
Encuesta de Marketing	132
Modelo del Vaso del Negocio	136
Funcion y efectos de los ingredientes de las bebidas	137
Comida chatarra camino a la obesidad	139
Formulario Solicitud de Búsqueda Fonética	140
Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales	141
Modelo de Minuta de Constitución Compañía Anónima	142

RESUMEN EJECUTIVO

Fruit Juice Bars es una empresa que iniciará su actividad en septiembre del 2011 y se dedicará a la producción y comercialización de smoothies a base de frutas naturales. Estos productos serán comercializados en un establecimiento que se ubicará en la ciudad de Guayaquil y el cual será un espacio acogedor y relajado en el que los clientes se sientan a gusto en todas las formas y así mismo, puedan escoger las combinaciones que le apetecen de acuerdo a sus preferencias, de manera que se alimenten sanamente y queden satisfechos.

La carta de productos se manejará de la siguiente forma: 5 líneas de smoothies y los complementos juice, shake (batidos), ensalada de fruta y sándwiches; dicho productos estarán elaborados con insumos de excelente calidad, naturales, ricos y nutritivos, y aportarán las vitaminas y minerales, agua y fibra que necesita el cuerpo para su buen funcionamiento.

Para iniciar el negocio se necesita una inversión de US\$50.00,00 (CINCUENTA MIL DÓLARES NORTEAMERICANOS), la cual se recupera a los 2 años y 8 meses de operación. De acuerdo al análisis financiero del proyecto, el flujo de caja proyectado arrojó un VAN de US\$55.627,25 y una TIR del 32%.

PALABRAS CLAVES

Natural, saludable, bienestar, nutritivo, creatividad.

INTRODUCCIÓN

Fruit Juice Bars, es una idea que nace de emprender un negocio propio y de satisfacer las necesidades de personas que gustan de la comida natural, nutritiva y saludable.

Recientemente son cada vez más personas que van en busca del cuidado tanto de su salud como su figura. Así mismo, para aquellas personas que viven diariamente en un entorno agitado, exigente y lleno de responsabilidades, les es imprescindible encontrar comida saludable y de rápida adquisición y, también un espacio en el cual puedan escaparse un rato del estrés y las preocupaciones.

De acuerdo a lo anterior es que nace Fruit Juice Bars, en donde se busca satisfacer las necesidades expuestas anteriormente en un solo lugar. Para el cuidado de la salud y de la apariencia corporal se ofrecerán productos saludables, exquisitos y con propiedades nutritivas, antioxidantes y benéficas para el buen funcionamiento del cuerpo.

Utilizando los beneficios de las frutas y vegetales, nuestro negocio hará que el cliente sienta al entrar en el local y probar los productos una experiencia natural y sana a través de su diseño y moderna arquitectura, así como la satisfacción de haber recibido un servicio y atención de primera en un lugar moderno y agradable.

Actualmente en el mercado no existe un sitio especializado en la comida saludable, donde sus insumos principales sean las frutas, un lugar moderno y agradable. Es por eso que Fruit Juice Bars fast food es saludable, especializado en la preparación y comercialización de una amplia variedad de alimentos y bebidas de frutas 100% naturales de excelente calidad; busca satisfacer las necesidades del mercado y de las personas que buscan este tipo de alimentación en la ciudad de Guayaquil.

Su área de servicio se llevará a cabo al norte de la ciudad de Guayaquil, en el Sonesta Hotel & Shopping, 1er. piso, local No. 114, ubicado en la Gran Manzana anexo al centro comercial Mall del Sol, el propósito del mismo es ofrecer bebidas altamente refrescantes, sanas y nutritivas, que se pueden consumir a cualquier hora

del día, con la capacidad de sustituir cualquier comida (desayuno o merienda) ya que cuenta con las proteínas y nutrientes necesarios, gracias a sus ingredientes base que son frutas frescas combinadas con nutrientes y proteínas naturales que dan vitalidad y energía.

En conclusión el desarrollo de esta tesis desplegará un concepto de negocio que logre captar la atención de las personas para lograr cambiar la mentalidad de que la comida rápida es chatarra, además de haber hecho posible el estudio para determinar la viabilidad de un proyecto innovador que satisfaga las necesidades de los consumidores

CAPÍTULO 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La Organización Mundial de la Salud indica que la nutrición es un proceso a través del cual el organismo aprovecha o utiliza los nutrientes que consume para su completo desarrollo físico y mental. La alimentación adecuada es la que proporciona los nutrientes esenciales para el crecimiento y desarrollo del cuerpo, en especial, de los músculos en el hombre y del tejido graso en la mujer, así como para el buen funcionamiento de todo el cuerpo.

Para cubrir las necesidades nutritivas es indispensable que los alimentos que se incluyan en la dieta diaria contengan: proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales, elementos útiles para la formación y buen funcionamiento de las células.

Por lo que, la industria de los jugos de frutas y vegetales está entrando en un periodo de rápida evolución, debido al alto consumo de la población mundial, especialmente en los países desarrollados, ya que actualmente el consumidor no solo se preocupa del sabor, sino del beneficio que este pueda otorgarle, especialmente en el ámbito de la salud y nutrición; por lo que se abren nuevas oportunidades para la industria.

Hoy en día, no hay negocios especializados dedicados a la venta de smoothies naturales hechos a base de frutas frescas que al mismo tiempo brinden un lugar acogedor, moderno y novedoso que ejerce un ambiente relajante, sociable, seguro y exclusivo a sus clientes. Estos lugares que no hay en Guayaquil, se los conoce como "Juice Bars".

En nuestra ciudad los negocios de batidos y jugos de frutas existen desde hace mucho tiempo y se los ha comercializado como un producto ambulante en las calles durante el día, hasta que aparecieron negocios como "Las tres Canastas", "El Manaba", "Frutanga", "Frutabar" y "Mambo Juice", ubicados en el centro y en

algunos centros comerciales, ofreciendo productos a base de frutas naturales. Este esquema agrada bastante a los consumidores que gustan las ensaladas de frutas, jugos naturales o batidos acompañados con una tostada o un sándwich de jamón, queso, tomate y lechuga; que es su valor agregado.

Cabe indicar, que hay un auge en la cultura de alimentación sana, balanceada y nutritiva a nivel mundial, es por eso, que al estilo de Fruit Juice Bars implementa un modelo de negocio, una nueva alternativa de fast food saludable enfocada a un mercado preocupado por vivir sanamente; en donde sus productos en especial los smoothies cuentan con vitaminas y energizantes naturales, además de ser un alimento nutritivo y proteico, le da al cuerpo lo que necesita diariamente. A pesar de ser conocidos en mercados como, el estadounidense, canadiense, australiano, europeo, mexicano, brasileño y chileno; con un buen plan de negocios entraría con fuerza en el mercado guayaquileño dadas la ventajas saludables y nutritivas que ofrecen, logrando así captar a aquellas personas que se ejercitan en parques, gimnasios o practican algún otro deporte, en distintos horarios durante el día para mantenerse sanos y saludables.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Fruit Juice Bars S.A., es la empresa de comida rápida y saludable, con sede en la ciudad de Guayaquil- Ecuador, que se especializa en la preparación y comercialización de una amplia variedad de alimentos y bebidas 100% naturales de excelente calidad, proporcionando de esta manera una fuente real de energía baja en calorías de manera deliciosa, nutritiva y divertida, que no solo sean deliciosas sino que además ayuden a sentirse bien; es de carácter privado.

Fruit Juice Bars fundada por los economistas Larry Yumibanda Montiel, Angel Yumibanda Montiel, Lenin Yumibanda Montiel con un capital aportado de US\$ 50.000,00, a este proceso se adhiere con su experiencia laboral y administrativa la Ec. María Fernanda Bastidas. Además, constará con una página web: www.fruitjuicebars.com.ec, en donde nuestros clientes podrán interactuar, consultar e informarse de todo lo que concierne a la misma.

Misión

Ser la principal cadena de comida rápida saludable del Ecuador, proporcionando una cultura de alimentación y vida sana, en un ambiente agradable y limpio.

Visión

Brindar con rapidez una alternativa saludable a la comida chatarra, logrando la satisfacción y alegría de nuestros clientes a un buen precio.

Nuestra Filosofía

Es cuidar que cada alimento que ponga en su cuerpo nutra su espíritu, le de la energía necesaria para hacer las actividades que le apasionan y le inspire a tener y amar una vida equilibrada y sana.

Nuestros Valores

Compromiso

Honestidad

Lealtad

Responsabilidad

Servicio

Respeto

Trabajo en equipo

Servicio al cliente

Nuestro Compromiso

- Brindarle nuestros nutritivos productos 100% naturales.
- Seleccionar las mejores frutas y vegetales 100% ecuatorianos.
- No utilizar preservantes, colorantes, ni saborizantes.
- Trabajar incansablemente para verlo siempre feliz.
- Hacer de FRUIT JUICE BARS una experiencia deliciosamente saludable.

Objetivo a Corto Plazo

- Ampliar el local.
- Lograr el mínimo de errores en la elaboración de nuestros productos.
- Lograr el reconocimiento inmediato de la marca mediante publicidad permanente.

Objetivo a Mediano Plazo

- Mejorar nuestras debilidades
- Mejorar las estrategias que aseguren nuestra ventaja competitiva
- Extender el menú
- Recuperación de la inversión
- Retroalimentación con experiencias pasadas y hacer análisis semestrales de auto evaluación y mejora continua.

Objetivo a Largo Plazo

- Expandirnos dentro del país.
- Formar una franquicia.
- Lograr un dominio absoluto ante nuestra competencia.
- Invertir inteligentemente cumpliendo nuestros compromisos financieros.

Nuestra Marca: Nombre, logotipo, slogan

NOMBRE

FRUIT JUICE BARS S.A.

LOGOTIPO

Figura No. 1



SLOGAN

Una experiencia *DELICIOSAMENTE SALUDABLE...!*

1.3. DESCRIPCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS

Los productos principales que se ofrecerán en el establecimiento, cuenta con 5 líneas de smoothies, las cuales son: súper smoothies, smoothies solo frutas, smoothies para consentirte, clásicos y crushes; y como complemento los shots, juices, shakes (batidos), ensaladas, tostadas y paninis sándwiches.

Los smoothies de Fruit Juice Bars, están hechos con la selección de las mejores frutas frescas, combinadas con yogurt o sorbet bajo en grasas, zumos y leche de soya o coco, que dan como resultados una verdadera gama de sabores incomparables, complementando tu vida de manera sana y nutritiva. Además nuestros productos son preparados de manera rápida y sencilla, cumpliendo con las tres porciones de frutas recomendadas por la Juice and Smoothie Association of

USA-JASA, con el fin de mantener un peso saludable y puedas prevenir infartos, cáncer e hipertensión.

Nuestros productos se caracterizan por ser naturales, deliciosos, nutritivos y frescos. Los que consumen son personas que llevan un estilo de vida saludable, y que para ello les guste alimentarse sana y balanceadamente.

Los consumidores por su alimentación están dispuesta a pagar un buen precio, teniendo siempre presente tanto el valor de uso, como el valor emocional y el valor de cambio que les generan estos mismos. De igual forma son personas que diariamente tienen obligaciones profesionales y no cuentan con demasiado tiempo para alimentarse, requiriendo así productos que sean de rápida entrega y porciones adecuadas.

Cada una de las líneas se describe brevemente a continuación:

SMOOTHIES

Super smoothies: Son espectaculares combinaciones bajos en grasas, con el booster de elección del consumidor. Se lo puede disfrutar de las siguientes presentaciones: para adelgazar, para ganar masa muscular, para recuperar energías antes y después de la actividad física.

Estos productos son para aquellos que buscan un estilo de vida que incluye ejercicios, un sistema inmunológico saludable, bienestar mental, y energía natural.

super skinny

frutilla, banana, jugo de mango, low fat yogurt, hielo + un adelgazante FJB

energy full

mora, kiwi, jugo de naranja, low fat yogurt, hielo + un energizante FJB

gym man

durazno, banana, leche de soya, low fat yogurt, hielo + una súper proteína FJB

Smoothies clásicos: Están elaborados por una exquisita combinación de frutas, ricos en calcio y vitaminas, gracias a nuestro yogurt bajo en grasas, ideal para el fortalecimiento de los huesos.

blackberry dream

mora, frutilla, jugo de naranja, low fat yogurt & hielo

mango bang

mango, banana, jugo de mango, low fat yogurt & hielo

strawberry magic

frutilla, banana, jugo de manzana, low fat yogurt & hielo

banana beach

banana, leche de coco, leche de soya, low fat yogurt & hielo

pineapple storm

frutilla, banana y jugo de piña, low fat yogurt & hielo

coco mix

coco, banana, jugo de piña, low fat yogurt & hielo.

power peach

durazno, frutilla, jugo de naranja, low fat yogurt & hielo

Crushes: Hecho a base de frutas naturales con nuestro incomparable sorbet, 99% libres de grasa.

daiquirí crush

frutilla, jugo de manzana y limón, sorbet & hielo

watermelon crush

sandía, frutilla, jugo de naranja, sorbet & hielo

piña colada crush

piña, coco, jugo de naranja, sorbet & hielo

Smoothies para consentirte: Solos que se disfruta sin remordimiento alguno, por sus sensacionales mezclas a base de frutas, café y chocolate en diferentes combinaciones propias.

choco berry

chocolate, frutilla, leche de coco, low fat yogurt & hielo

choco banana

chocolate, banana, leche de soya, low fat yogurt & hielo

coffee blast

café, leche, sorbet & hielo

viva la mocka

café, chocolate, leche, sorbet & hielo

Smoothies solo frutas: Refrescante mix de frutas 100% naturales.

big oasis

piña, frutilla, jugo de naranja & hielo

banana mango

banana, durazno, jugo de mango & hielo

citrus fruits

frutilla, toronja, jugo de naranja & hielo

peach slice

durazno, frutilla, jugo de mango & hielo

mega apple

manzana, banana, jugo de naranja & hielo

strawberry bliss

frutilla, banana, jugo de naranja & hielo

JUICES

Power juice: Inigualables mezclas preparadas a bases de frutas naturales combinadas con el booster a elección, donde te sentirás bien durante el día.

svelty juice

piña, melón, jugo de toronja, hielo + un adelgazante FJB

revive juice

manzana, jugo de naranja y zanahoria, hielo + un energizante FJB

muscle juice

durazno, banana, jugo de mango, hielo + una súper proteína FJB

Natural Juice: Son los jugos tradicionales.

mora	piña	papaya
tomatillo	melón	frutilla
toronja	naranja	sandía
naranjilla	naranja + zanahoria	

Shots: Son extractos para mejorar la salud.

zanahoria
remolacha
apio

Shakes: Son los ricos y tradicionales batidos de frutas frescas con leche.

frutilla	mora	papaya
durazno	coco	banana
melón		

Boosters: Son recomendados para agregar a los smoothies, jugos o shakes favoritos, nuestros suplementos alimenticios, son ideales para las personas que a hacen ejercicio, dieta o mucho trabajo.

adelgazante booster*

lecitina de soya, inulina, fibra de trigo & salvado de avena

energizante booster*

ginseng, calcio, magnesio, hierro & cinc

súper proteína booster*

proteína de soya y proteína de suero de leche.

inmunidad booster*

vitamina A y C, zinc y te verde

vitalidad booster*

multivitaminas y minerales

Fruits salad: La fruta picada en su estado natural.

clasicc fruits salad

fruta picada + leche condensada

fitness fruits salad

fruta picada + yogurt y cereales

cream fruits salad

fruta picada + crema de chantilly y grajeas

HEALTHY SNACKS

Paninis sandwiches: Elaborados en diferentes presentaciones, acompañados con las originales salsas hechas por Fruit Juice Bars.

Clásico

jamón, queso mozzarella, lechuga, pepinillos, tomate + salsa FJB.

Mr. tuna

atún en aceite de oliva, lechuga, pepinillos, tomate + salsa FJB.

Mr. chicken

pollo, queso cheddar, lechuga, pepinillos, tomate + salsa FJB.

Mr. beef

Filete de carne, queso cheddar, lechuga, pepinillos, tomate + salsa FJB.

Paninis Tostadas

doble queso

doble porción de queso fresco + un toque de orégano.

mix de jamón con queso

jamón, queso fresco + un toque de orégano.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

El organigrama estructural es la representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización, así como relaciones de jerarquía o dependencia.

TABLA No. 1
**ORGANIGRAMA
FRUIT JUICE BARS**



Elaborado por: autores

TABLA No. 2
CUADRO DE SALARIOS DE EMPLEADOS

CARGO	SUELDO MENSUAL
Gerente General	\$ -
Administrador	\$ -
Manipulador 1	\$ 300,00
Manipulador 2	\$ 300,00
Manipulador 3	\$ 300,00
Manipulador 4	\$ 300,00
TOTAL SUELDO EMPLEADOS	\$ 1.200,00

Elaborado por: autores

Nota: El sueldo del Gerente General y el administrador no consta en el cuadro de salario, hasta que la empresa se poseione en el mercado, por ello, asume el cargo Ad-honorem un accionista. Después de los tres meses cobrarán sueldo el administrador US\$500 y el Gerente US\$900.

Características, perfiles del personal

Gerente:

- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas.
- Crear y mantener buenas relaciones con los proveedores y demás empleados para mantener el buen funcionamiento del negocio.
- Informar a los accionistas sobre la situación financiera del negocio.
- Establecer las políticas en el negocio.
- Establecer y coordinar mecanismos de comunicación interna.
- Planear y controlar el presupuesto del negocio.
- Revisar y aprobar los estados financieros.
- Programar y controlar semanalmente el flujo de necesidades de efectivo.
- Dirigir el proceso de selección de personal, de acuerdo a las necesidades del negocio.
- Estructurar la base de pagos de los sueldos salarios del personal.
- Mantendrá actualizado un registro de proveedores calificados para la empresa.
- Controlar el cumplimiento de normas, leyes y resoluciones de organismos de control, externos a la compañía: Superintendencia de Compañías, SRI, Municipio, etc.

Administrador:

- Controlar el nivel de existencia de la materia prima para la elaboración de los diversos productos a ofrecer al consumidor.
- Supervisar el trabajo de los empleados en cuanto a:
 1. Servicio general
 2. Aseo en la preparación
- Arqueo de la caja al final del día de trabajo.
- Abrir, cerrar el negocio y proteger todos los artículos.
- Informe de gastos y ventas del negocio.
- Distribuir y evaluar las tareas de sus colaboradores.

Manipuladores en Ventas:

- Atender amablemente al cliente
- Procederá a tomar la orden o pedido del cliente.
- Conocer los ingredientes y preparar los productos que ofrece el negocio.
- Entregar el producto al consumidor
- Registrar el respectivo pago del consumidor.
- Responsable de cobrar correctamente el pedido.
- Responsables de la limpieza del negocio al momento del cierre.
- Dar a conocer al administrador el nivel de existencia de la materia prima, para poder realizar con tiempo el debido requerimiento a los proveedores.
- Es responsable de que en el negocio haya todo lo necesario.
- Cortar y pelar la fruta necesaria.

Elementos del servicio al cliente

Contacto Cara a Cara

Es importante que el contacto con los clientes sea cara a cara, por eso es muy importante la presentación personal, para esto se crearán uniformes acorde con la función del trabajador. Este tipo de estrategias deberá resaltar la imagen corporativa de la empresa por medio del diseño de las prendas.

Relación con el cliente

Se realizarán capacitaciones en donde se afianzará la relación con los clientes. Comenzando por entender las emociones y el comportamiento de las personas y de uno mismo para así entender el como poder satisfacer a los clientes.

Reclamos

Se colocará un buzón de sugerencias. Esto ayudará cuando algunos de los procesos no estén funcionando o no estén dando los resultados esperados es necesarios determinar la raíz del conflicto e involucrar al capital humano con incentivos que generen una mejora en el servicio y en la atención para los usuarios.

Instalaciones

Se mantendrá un espacio amplio para la buena movilidad además de un diseño moderno y agradable que combina con el arte de la publicidad, para así, darle una mejor estadía al cliente mientras consume los productos que ofrecerá Fruit Juice Bars.

MEZCLA DE MERCADEO

Producto

Nuestro producto tiene las siguientes características:

Calidad.- Se seleccionará la mejor materia prima y se mantendrá las normas de higiene en la elaboración de nuestros productos.

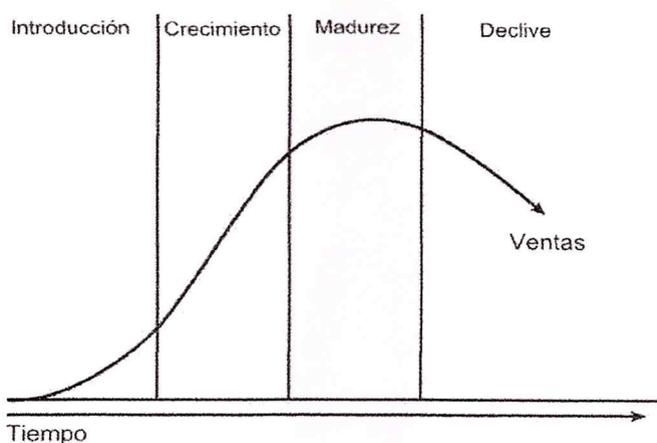
Presentación.- Nuestros productos tienen que ser del agrado de nuestros clientes, ya que de ello depende la decisión de compra al momento de su elección.

Además, sabemos que el producto, el mercado y también los competidores con el paso del tiempo cambian, por lo que es necesario establecer estrategias de diferenciación y posicionamiento a fin de que la empresa se mantenga en el mercado.

Ciclo de Vida del Producto

Introducción, crecimiento, madurez y declive.

FIGURA No. 2



Introducción: Como es el comienzo de nuestro negocio las ventas serán bajas y los costos seguramente altos, por lo que, los consumidores no están familiarizados con la marca y por ende con nuestros productos. Con el paso del tiempo incrementaremos las ventas, debidos a las promociones y publicidad de los mismos. Nuestro objetivo como empresa es lograr una economía a escala.

Crecimiento: Una vez que nuestros productos han ganado mercado, hay un crecimiento rápido de los ingresos, para lo cual hay que implementar la estrategia de ampliar la variedad del menú.

Madurez: Esta etapa es cuando se ha alcanzado el nivel de ventas más alto de la empresa, porque se ha logrado la aceptación del producto por los consumidores; además, aparecerán nuevas competencias que traten de copiar los productos de Fruit Juice Bars. Por lo que, se tiene que seguir con las estrategias de publicidad, promociones y ampliar la variedad de nuestros productos.

Declive: Esto se da cuando disminuyen los ingresos y por ende bajan las utilidades, por lo que hay que reducir costos, optimizar la mano de obra y buscar nuevas estrategias para no desaparecer del mercado.

Precio

Los precios de nuestros productos van de acuerdo a la presentación y variedad; y, serán accesibles para todos los consumidores, en especial para nuestro mercado objetivo, que es la clase media, media alta y alta. En el corto plazo se sacará al mercado smoothies a precios más bajos, como por ejemplo los de 12oz; además al finalizar el año se revisarán los valores de nuestros productos y reajustar de acuerdo a la inflación.

Plaza

Fruit Juice Bars S.A., estará ubicado en el Sonesta Hotel & Shopping, 1er. piso, local No. 114, ubicado en la Gran Manzana anexo al Mall del Sol. El local tendrá aproximadamente 45 m², donde se colocarán los equipos para la producción y comercialización, baño, una pequeña bodega para almacenar la materia prima.

Promoción

Se realizará de la siguiente manera:

Página Web.

Redes Sociales de Internet

Correo Electrónico.

Catálogos.

Volantes.

Vallas.

Marketing directo.

Además, se realizarán estrategias de promoción para que los consumidores conozcan la marca y los productos que ofrecemos. En la inauguración del negocio se dará el 10% de descuento en el smoothie del día, jugos seleccionados 2x1 y sorteo de ordenes de compra para nuestros clientes. En el corto plazo se comenzará a realizar las gestiones para pautar en radio.

MARCO JURÍDICO

Registro de Marca

Previo al trámite de registro de marca, se hace la búsqueda fonética, este trámite es recomendable pero no obligatorio por la ley. Esta búsqueda permite tener el conocimiento si una marca o su registro están siendo tramitados y tiene un costo de US\$16,00 (DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA).

REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE MARCA

- 1) Formulario (solicitud de registro de signos distintivos) + 4 copias (firmado junto a un abogado patrocinador).
- 2) Papeleta de depósito por US\$116,00 (DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA) + 2 copias, solo en efectivo.
- 3) Si el solicitante es persona natural 2 copias de cédula.
- 4) Si el solicitante es persona jurídica 1 copia notariada del nombramiento del Representante Legal.
- 5) Si la marca es figurativa o mixta: 6 artes a color tamaño 5x5cm, impresos en papel adhesivo.

Una vez emitida la resolución debidamente motivada mediante la cual se otorga el registro de la marca, nombre comercial o lema comercial debe solicitar la emisión del título.

Marco Legal

Proceso para la constitución de compañías

- Contratación de un abogado debidamente registrado en el Colegio de Abogados.
- Aprobación de Dominación por la Superintendencia de Compañías.
- Aporte a la Cuenta de Integración de Capital en un banco de la localidad.
- Elaboración de la escritura pública
- Afiliación a las Cámaras de la Producción que se relacione con la actividad que desarrolla la compañía.
- Ingreso de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías.
- Aprobación de la escritura de constitución.
- Anotaciones marginales protocolizadas con el notario que dio fe de la escritura pública.
- Publicación en un diario para dar a conocer la creación de la nueva compañía.
- Inscripción del trámite de constitución en el Registro Mercantil.

- Pago de tasa de nombramiento de los representantes legales de la compañía.
- Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil.
- Obtención número de expediente emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Obtención del RUC.
- Registro de inversión extranjera en el Banco Central, si se trata de capital extranjero.

Requisitos legales para iniciar una empresa:

1) Obtención del Registro Único de Contribuyente RUC

- a) Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- b) Original y copia de planilla de agua, luz o teléfono del lugar donde funcionará el negocio; en el caso de que sea un lugar nuevo debe llevar el contrato de concesión.
- c) Original o copia de certificados de votación.
- d) Una vez obtenido el RUC, es necesario solicitar a una imprenta autorizada la emisión de comprobantes de ventas (facturas, notas de venta, etc.).
- e) en el caso de tener máquinas registradoras deben solicitar el formulario de inscripción de su maquina para obtener la autorización de las mismas.

2) Solicitud de Matrícula de Comercio (de acuerdo al Juzgado)

Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte al interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicios con determinadas especificaciones. Se debe presentar por cuadruplicado la siguiente información:

- a) Demanda firmada por comerciante y abogado patrocinador.
- b) Comprobante de pago de tasa de la respectiva entidad bancaria (correspondiente al 1% de la cuantía del capital).

3) Afiliación a la Cámara de Comercio (si la Actividad es Comercial)

Una vez dada la aprobación del Juez de lo Civil, se inscribirá a la Cámara del cantón respectivo para acreditarse al gremio que lo respalde. Se debe presentar lo siguiente:

- a) Copia de la demanda presentada ante el Juez de lo Civil.
- b) Copia de la providencia del juez autorizando la petición.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía.
- d) Copia del Ruc.
- e) Llenar el formulario de afiliación.
- f) Cancelar valor de afiliación (dependerá del capital declarado).

4) Pago de tasa de Matrícula de Comercio

Presentar ante el Registro ante el Registro Mercantil para que se elaboren los avisos de pago de tasas al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Guayaquil y a la H. Junta de Defensa Nacional.

5) Certificación de documentos

Antes de ingresar la documentación al Registro Mercantil, se debe entregar original y 3 copias notarizadas de la siguiente documentación:

- a) Demanda sellada por el Juzgado.
- b) Providencia del juez autorizando la petición.
- c) Boleta de notificación al Registro Mercantil.
- d) Pago de tasas del Municipio y la H. Junta Nacional.
- e) Comprobante de afiliación a la Cámara correspondiente.

6) Inscripción en el Registro Mercantil

Contando con los cuatro juegos mencionados, se procede a la inscripción en el Registro Mercantil, el cual emitirá un número de comerciante una vez cumplida la revisión de la documentación.

7) Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos (una vez realizada la inspección)

- a) Original y copia de cédula de ciudadanía.
- b) Original y copia del certificado de votación.
- c) Original y copia del RUC
- d) Original y copia de factura de compra del extintor (el tamaño y número de extintores dependerá del local).

8) Obtención de la Patente Municipal

Todo el que realice una actividad comercial debe obtener un permiso del Municipio en el cual va a ejercer sus actividades. Para el efecto, se deberá presentar la siguiente documentación:

- a) Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales".
- b) Pago tasa única de trámite, se incluirá en el Comprobante de Pago de la liquidación de dicho impuesto.
- c) Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- d) Copia legible del R.U.C. actualizado.
- e) Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- f) Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del Impuesto al Valor del Ejercicio Económico anterior al que va a declarar.

9) Obtención Certificado de Uso de Suelo

Comprar la tasa de uso de suelo.

Completar la solicitud.

Entregarla en la ventanilla de recepción de uso del suelo en Malecón y 10 de agosto.

La factibilidad será contestada luego de 10 días.

Certificado del Uso del Suelo.

Locales ubicados en centros comerciales.

Deben presentar el certificado de uso de suelo del centro comercial, que para la obtención del mismo deben solicitarlo a la administración del centro comercial.

10) Obtención de la Tasa de Habilitación y Control de establecimientos comerciales

Requisito previo al trámite:

Obtención del Certificado de Uso del Suelo, otorgado por la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro.

Requisitos del trámite:

- a) Tasa única de trámite.
- b) Formulario solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía.
- d) Copia del R.U.C.
- e) Copia de la cédula y del nombramiento del representante legal (personas jurídicas).
- f) Carta de autorización para la persona que realice el trámite.
- g) Copia de la Patente del año a tramitar.
- h) Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- i) Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- j) Croquis bien detallado del lugar donde está ubicado el negocio

11) Certificado de Control de Salud

- a) Copia del RUC.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía.
- c) Tasa de servicio
- d) Solicitud dirigida al Subsecretario de Salud

12) Inscripción y Registro en la Subsecretaría de Turismo

- a) Copia del RUC.
- b) Copia de la cedula de ciudadanía.
- c) Copia del certificado de votación.
- d) Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario notarizada.
- e) Lista de precios.

13) Obtención de la Licencia Anual de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Guayaquil

- a) Inscripción y registro de establecimiento turístico en la Subsecretaría de Turismo del Litoral.
- b) Copia del RUC
- c) Cédula de ciudadanía del propietario.

14) Permiso de la Intendencia de Policía

- a) Copia del RUC.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía.
- c) Solicitud dirigida al Intendente de Policía.

Este permiso se requiere para las actividades que se realicen en horarios nocturnos y se analiza la actividad a desempeñar.

Tabla No. 3
CRONOGRAMA DE TRABAJO DE LA EMPRESA FRUIT JUICE BARS

No.	ACTIVIDADES A REALIZAR	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
		SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Creación y aprobación de la marca de la empresa e iniciar el Proceso de Registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
2	Pedir a PRONOBIS los planos del local. (con todos los requerimientos técnicos).	X	X	X	X																				
3	Firmar el Contrato de Concesión.				X																				
4	Una vez aprobado la marca definir con el Diseñador y el Arquitecto los planos e imagen del local (PRELIMINAR) para luego ser entregados a los directivos de PRONOBIS a la firma del Contrato de Concesión.	X	X	X	X																				
5	Iniciar y terminar los trámites de constitución de la empresa									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
6	Una vez firmado el Contrato de Concesión, iniciar y terminar la gestión de los trámites de permiso de funcionamiento del local				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
7	Luego de firmar el contrato definir con el diseñador y el arquitecto la distribución técnica de los espacios para la optimización y decoración del local.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
8	Iniciar la campaña de FRUTOTERAPIA antes del lanzamiento de la empresa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
9	Pedir cotizaciones a los proveedores del local	X	X	X	X	X	X	X	X																
10	Estudio del mercado de frutas: Demanda y Oferta	X	X	X	X	X	X	X	X																
11	Iniciar el proceso de compra de los equipos operativos del negocio									X	X	X	X	X	X	X	X								
12	Iniciar los trámites en la empresa eléctrica, pacifictel y DATASHOP para el medidor, línea telefónica y servicio de cobro a través de T/C				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13	Elaborar el Menu del local				X	X	X	X	X	X	X	X	X												
14	Proceso de Gestión del Talento Humano					X	X	X	X	X	X														
15	Entrenamiento del personal seleccionado											X	X	X	X	X									
16	Iniciar campaña previa de apertura del local													X	X	X	X	X	X	X	X				
17	Realizar diseño de imagen de la empresa, artes para periódico, volantes, trípticos, banner, diseño para vasos, servilletas, fundas.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
18	Realizar el video y la cuna promocional																	X	X	X	X	X	X	X	X
19	Elaborar página web, blog, facebook, hi5, twitter, sonico, you tube de la empresa				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
20	Inicio de la construcción y diseño del local									X	X	X	X	X	X										
21	Invitar a amigos a la inauguración del local													X	X	X									
22	Compra de capital de trabajo									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
23	Bendecir el local de un sacerdote																	X							
24	Apertura del local																	X							
25	Campaña de promoción de 2 x 1 por mes de apertura																	X	X	X	X				
26	Campaña de promoción del 5% de descuento en los smoothies																					X	X	X	X

Elaborado por: autores

1.2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El creciente fenómeno del exceso de peso, como consecuencia de los malos hábitos alimenticios donde se destaca el sobrepeso y la obesidad, no puede explicarse desde la genética, así como tampoco porque haya fallado la disciplina personal o la educación. Esta se relaciona ante todo con la adopción de un modo de vida en los países industrializados que fomenta una inadecuada alimentación contribuyendo a la inclinación por la comida rápida (chatarra) y bebidas con saborizantes, colorantes y preservantes. Hoy en día, hay menos personas que trabajan en ocupaciones físicas exigentes, para resumir lo dicho, las computadoras, celulares, video juegos, automóviles y en general el desarrollo de nuevas tecnologías han contribuido hacer sedentarias a una generación de personas.

La obesidad tiene como resultado que el sector que sufre de este problema sea propenso a enfermedades tal como la diabetes, arterosclerosis, accidentes vasculares, tumores, ataques cardiacos, entre otras. Según la tasa obesidad en el mundo año 2010 para nuestro país es del 44% para los hombres y 55% para las mujeres. Según informe del Ministerio de Salud Pública en el 2007, el 17% de los niños de edad escolar tenía sobrepeso, y de ellos un 30% consumían comida chatarra. En la actualidad la situación no ha variado mucho.

Actualmente en la ciudad de Guayaquil no existen locales modernos y acogedores que ofrezcan el servicio de "Smoothies" de frutas naturales. En el mercado local solo se ofrecen productos sustitutos artificiales en locales comerciales.

1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de bebidas y comidas a base de frutas, dirigida a las personas que gustan de una alimentación sana y balanceada?

1.2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- a) ¿Cuál es la importancia y beneficios de las frutas en la salud?
- b) ¿Cuáles serán los consumidores potenciales?
- c) ¿Qué tipo de atención se le brindará al cliente?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Hacer de Fruit Juice Bars, la marca más reconocida en comida saludable, posicionando nuestros productos 100% naturales en la ciudad de Guayaquil, demostrando a toda la comunidad la importancia y el valor de los mismos como complemento y suplemento alimenticio.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que contribuya a la diferenciación y comercialización de los productos de Fruit Juice Bars.
- Determinar a los consumidores potenciales para adquirir nuestros productos.

- Establecer los proveedores de nuestros servicios.
- Determinar el costo de producción y el precio de nuestros productos.
- Posicionar la marca de Fruit Juice Bars en el mercado y en el consumidor.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Con la terminación del proyecto “Introducción de los Smoothies al mercado local a través de la empresa Fruit Juice Bars S.A.”, tendremos una visión más amplia de lo que es una gestión gerencial en el proceso del lanzamiento de un producto innovador y sobre todo el estudio de la investigación de mercado que es lo principal en este proceso.

Se ha identificado una oportunidad de negocio, la cual beneficia a la sociedad en varios aspectos, brindando una alternativa para combatir un problema de gran magnitud y de gran importancia social, que es el sobrepeso y la obesidad, para lo cual se comercializará un producto saludable hecho a base de frutas frescas para disminuir y si es posible eliminar los problemas mencionados; además de satisfacer las necesidades del consumidor, logrando mejorar su estilo de vida.

Nuestro producto además de contar con un rico contenido nutritivo, es una excelente opción para aquellas que por su ritmo laboral, no pueden disfrutar de algunas de las 3 comidas básicas, ya que con el smoothie de Fruit Juice Bars, puede sustituir cualquiera de estas.

Con el pasar de los tiempos, los consumidores de nuestra ciudad, se han hecho cada vez más exigentes, por lo que, es necesario antes de implementar Fruit Juice Bars realizar una estrategia, donde se analicen las variables que se requieren para obtener la aprobación de dicho mercado. Para esto es necesario estudiar las preferencias del consumidor, competencia y las cualidades que un negocio necesita para tener éxito.

Además, este trabajo se respalda en los siguientes módulos: Entorno Económico; Decisiones Económicas-Financieras de las Organizaciones, Finanzas Corporativas, Estratégicas y Estructura y Procesos de organización, Administración, Marketing y Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión.

1.5. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. MARCO TEÓRICO

Importancia del consumo de frutas para la salud

La importancia de la fruta en la vida humana ha sido valorada desde la antigüedad, hasta el punto que los antiguos la denominaban como “la comida de los dioses” y le otorgaban propiedades mágicas o divinas.

Las frutas proporcionan muchas vitaminas y minerales, por lo tanto son alimentos que deben estar presentes en todas las comidas, es decir, tienen muchas propiedades y pocas calorías y un alto porcentaje de agua.

Las frutas juegan un papel muy trascendental en el equilibrio de la dieta humana por sus cualidades nutritivas. Por lo que, la ración recomendada es de 3 a 4 piezas diarias y permitirá los requerimientos diarios de vitaminas y minerales; lo más adecuado es consumirlas a modo de colación o merienda, ya sea a media mañana y a media tarde.

Consideremos a las frutas como una dosis extra de vitalidad que será siempre bien agradecida por nuestro organismo.

De acuerdo a la publicación del boletín emitido por la Fundación Eroski Consumer que dice lo siguiente:

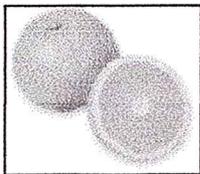
Fruta es sinónimo de salud. Veamos el por qué:

1. Su alto contenido de agua, facilita la eliminación de toxinas de nuestros organismos y nos ayuda a mantenernos bien hidratados...
2. Su aporte de fibra, ayuda a regular la función de nuestro intestinos y a evitar o corregir el estreñimiento. La fibra tiene un gran interés dietético ya que, posee efectos beneficiosos tanto en la prevención como en el tratamiento de ciertas enfermedades (exceso de colesterol, diabetes, obesidad, cálculos en la vesícula biliar, hemorroides y venas varicosas, divertículos, cáncer de colon y úlcera).
3. Son fuente casi exclusiva de vitamina c, los expertos en nutrición recomiendan tomar como mínimo tres piezas de frutas al día, procurando que una de ellas sea rica en vitamina C (cítricos, kiwis, melón, fresas, tropicales...).
4. Contiene antioxidantes, protegen frente a enfermedades relacionadas con la degeneración del sistema nervioso, enfermedades cardiovasculares e incluso el cáncer. La Organización Mundial de Salud (OMS) ha confirmado en los últimos años los resultados de diversos estudios de investigación que ponen de manifiesto los efectos anticancerígenos de frutas y verduras, particularmente contra el cáncer del tracto gastrointestinal y contra pulmón. Según los estudios, uno de cada diez pacientes afectados por algún tipo de cáncer ha mantenido una insuficiente alimentación a base de frutas y verduras. Otras frutas muy saludables son los cítricos y algunas frutas tropicales ricas en vitamina C, beta-caroteno, vitamina E y otras sustancias con propiedades antioxidantes, que se utilizan contra enfermedades cardiovasculares, cataratas, cáncer de mama, ovarios o vejiga.

Una dieta rica en frutas y algo de verduras puede prevenir algunas enfermedades, entre las cuales podemos mencionar las siguientes: obesidad, estreñimiento, ataques al corazón, hipertensión y cáncer.

Las frutas ayudan a la digestión y tienen propiedades antioxidantes, que para el consumo siempre son muy apetecibles; son hidratantes y sabrosas. Entre las que se puede destacar son el coco, la piña, el mango, la papaya, la sandía, el melón, plátano, la fresa o frutilla, la naranja, la manzana etc. Por su alto nivel refrescante la mejor época de comerlas es el verano.

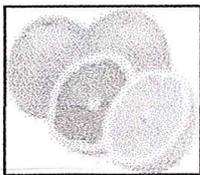
En cuanto a los beneficios y propiedades podemos citar algunas frutas, como por ejemplo:



La naranja, es la fruta que más sol almacena, por lo tanto se llama alimento solar. El mejor momento para consumirla es en ayunas. Además es antiséptico y altamente nutritiva.

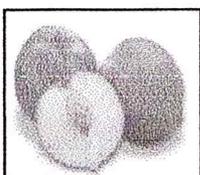


La papaya, ayuda a la digestión de los alimentos. Es rica en sales minerales y vitaminas.



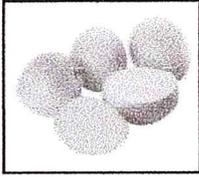
La toronja, es la fruta para curar la diabetes, la hipoglicemia y algunas enfermedades de los ojos. Su contenido en vitamina C es similar a la naranja. Para curar la inflamación de próstata el jugo de toronja es excelente, así como para aliviar los riñones.

Además regenera el sistema nervioso, limpia la piel y vigoriza los tejidos de los pulmones. Coadyuva en tratamientos contra resfriados, indigestiones y fiebres.



El durazno, es bueno para combatir el reumatismo, afecciones pulmonares repetitivas, obesidad, herpes, úlceras, estreñimientos, enfermedades de la piel, arenillas y piedras en riñones y vejiga, insuficiencia renal, próstata y anemia. Estimula

el estómago y las vías digestivas y actúa como laxante suave e inofensivo.

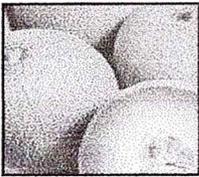


El mango, es la fruta del corazón. Posee vitamina A, excelente para las cardiopatías y válvulas arteriales. Es laxante y diurético.

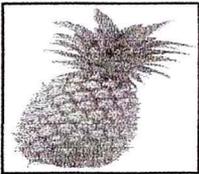
La manzana,
vitalidad al
nerviosismo y



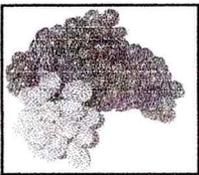
depura el hígado, dan fosfato al cerebro y sistema nervioso. Recomendada en anemias.



El melón, es la fruta del riñón, pues lo limpia pero se debe consumir lo más fresca posible. Ayuda a limpiar los tejidos y sangre, baja la fiebre, aumenta la leche a las madres lactantes y es recomendable para los enfermos de próstata, riñones y vías urinarias, se usa para la presión arterial.



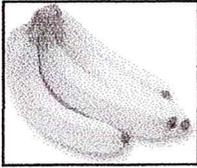
La piña, es la fruta desparasitadora. Es rica en vitamina C y fibra, contiene muchas vitaminas. Por la bromelina que contiene, estimula la digestión y la actividad del intestino delgado, diurética, desintoxicante, normaliza la flora microbiana del colon, desinflama las hemorroides, previene y corrige el estreñimiento. Se usa para males de garganta y boca.



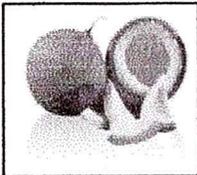
La uva, es recomendable para acidosis, artritis, reumatismo, gota, ciática, lumbago, cálculos de los riñones.



La frutilla, es capaz de combatir la anemia y la deficiencia nutricional, así como prevenir las infecciones en el organismo; contienen azúcares que son totalmente toleradas por los diabéticos. Posee ácido salicílico, por lo que es ideal para personas que tienen un exceso del ácido úrico, dados que las frutillas actúan como desintoxicante. Es de poca caloría, rica en vitaminas, sales minerales, vitamina C, calcio, fósforo, magnesio y potasio.



El banano, contiene una importante cantidad de hidratos de carbono y su cantidad de calorías no afectan al adelgazamiento si se la consume con moderación. Es mucha más rica en vitamina A, además, contiene vitaminas B1, B2, C y V y es excelente en casos de calambre por falta de potasio.



El coco, contiene agua, proteínas, fibra, azúcares, vitaminas A, B, B1, B2, E, PP, C, calcio, fósforo, potasio, sodio, magnesio, azufre, cloro. No se debe consumir con lácteos por cuanto sus grasas son diferentes. Los efectos curativos del coco se deben principalmente a su contenido de magnesio. Por su riqueza de calcio y fósforo fortifica la piel, unas, dientes y tejidos nerviosos. Es un elemento nutritivo y energético; es un buen sustituto de los huevos y la leche. Por lo que, por su alto contenido en vitaminas y minerales, las hace muy completas e indispensables para en consumo diario, es por eso que son la base de nuestro productos.

Los principales componentes de la fruta son:

Agua: Es el principal componente de la fruta. Aproximadamente por cada 100 gramos de fruta, consumimos 80 a 90 gramos de agua. Por lo tanto comer fruta, desde un punto de vista de hidratación, es casi como beber agua. Sin embargo, en caso de ciertos regimenes alimenticios se debe tener en cuenta su contenido de azúcar.

Hidratos de carbono: la fructosa es el azúcar de la fruta. Como la fructosa es un monosacárido, el organismo la absorbe y asimila rápidamente. Por eso decimos que las frutas son una fuente de energía instantánea. Los hidratos también están presentes glucosa y la sacarosa.

Fibra vegetal: Cada 100 gramos de fruta suponen consumir alrededor de 2 gramos de fibra. La pectina, un tipo de fibra altamente beneficiosa para el organismo, es la que se encuentra mayoritariamente en las frutas.

Sales minerales: el consumo de frutas de manera diaria ayuda a regular el equilibrio mineral en el organismo. Contienen un alto nivel de potasio y baja cantidad de sodio. También aportan magnesio y algunas calcio.

Ácidos orgánicos y aromas: esos ácidos son normalmente tolerados por nuestro organismo, excepto en situaciones especiales donde debemos recurrir a aquellas frutas con bajo contenido de ácidos orgánicos.

Vitaminas: las frutas nos aportan grandes cantidades de vitaminas, ya que son especialmente ricas en betacaroteno, poderosos antioxidantes que nos protegen las mucosas y la piel.

¿Por qué 3 raciones al día?

Al día es el número mínimo de raciones de frutas y hortalizas frescas que debemos consumir, si queremos mantener una dieta sana y equilibrada.

Esta cantidad de raciones al día nos aportan gran cantidad de agua (ente un 75% y un 90% de su peso es agua), vitaminas, hidrosolubles como la vitamina C, el ácido fólico y pequeñas cantidades de otras vitaminas del grupo B (B1, B2, B3 y B6), y liposolubles como los compuestos carotenoides (principalmente B-caroteno) con actividad de pro-vitamina A y la vitaminas K y E; minerales entre los que destacan potasio, magnesio y pequeñas cantidades de calcio, hierro y fósforo; fitoquímicos (compuestos orgánicos presentes en los alimentos de origen vegetal que, en general, no son nutrientes y que ejercen efectos beneficiosos para la salud) entre los que se pueden destacar los compuestos carotenoides, los compuestos fenólicos y los glucosinolatos.

Consumir diariamente frutas y hortalizas frescas nos ayudan a prevenir distintas enfermedades como las cardiovasculares, los trastornos digestivos, algunos tipos de cáncer y enfermedades neurodegenerativas, además de ayudarnos en la lucha contra el sobrepeso y la obesidad.

Nos proporciona pocas calorías (menos de 70 Kcal por 100 gramos de parte comestibles) y grasas saturadas (menos del 1% de su peso, con excepciones

como el aguacate con un 12% de su peso), y nos ayudan a disminuir la ingestión de otros alimentos porque nos producen sensación de saciedad. Son alimentos de fácil preparación, porque son sencillos de cocinar y muy fáciles de encontrar en las tiendas.

Por otra parte, hay que destacar que tanto las frutas como las hortalizas, por tratarse de alimentos de origen vegetal, no contienen colesterol.

El consumo de al menos 3 raciones de frutas y hortalizas al día contribuye a llevar una dieta equilibrada y juega un papel importante en cualquier etapa de la vida, Son alimentos bien aceptados por las personas mayores, básicas durante la edad adulta e imprescindible para la formación de buenos hábitos alimenticios en la infancia y adolescencia.

Información Nutricional de las frutas

TABLA No. 4

Frutas	Cal c/100g	Sodio mg. Na	Calcio mg. Ca	Hierro mg. Fe	Fósforo mg. P	Potasio mg. K	Vitam A UI.	Vitam B1 mg	Vitam B2 mg	Vitam B3 mg	Vitam C mg
Piña/Ananá	52	1	16	0.5	8	180	34	0.07	0.05	0.28	20
Cerezas	70	0.4	25	0.4	20	200	200	0.05	0.05	0.2	12
Coco	320	28	20	2.0	85	300	10	0.05	0.03	0.5	3
Durazno	50	1	10	1.0	20	180	800	0.02	0.05	0.9	15
Fruilla/fresa	35	1	22	1.0	22	160	30	0.02	0.05	0.4	70
Mango	58	-	15	0.6	22	-	30	0.05	0.02	0.7	5
Mandarina	45	1	25	0.3	18	180	400	0.04	0.04	0.3	30
Manzana	59	1	7	0.3	12	110	50	0.03	0.03	0.2	6
Melón	30	12	14	0.4	16	250	1000	0.03	0.02	0.02	30
Naranja	49	1	40	0.5	20	180	200	0.08	0.04	0.3	55
Papaya	35	3	20	0.3	15	230	1500	0.03	0.04	0.3	60
Toronja/Poroto	40	1	15	0.4	20	180	50	0.04	0.03	0.2	45
Sandia	30	1	10	0.4	9	120	350	0.03	0.03	0.2	6
Banana	90	1	9	0.6	28	400	80	0.05	0.07	0.7	10
Uva	65	3	14	0.5	16	180	100	0.05	0.04	0.4	

Elaborado por: autores

Tabla No.5

ESTACIONALIDAD DE LAS FRUTAS MÁS CONOCIDAS EN EL ECUADOR												
FRUTAS	MESES											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Banana												
Sandía												
Piña												
Maracuyá												
Coco												
Mango												
Mandarina												
Melón												
Naranja												
Papaya												

Elaborado por: los autores

Qué es un smoothie?

Un smoothie es básicamente una mezcla espesa de frutas. Debe su nombre a la suavidad del producto resultante de las frutas frescas y congeladas sometidas a un licuado especial. De acuerdo con la JASA, Asociación de Jugos y Smoothies americana (Juice and Smoothie Association of USA), “son una comida saludable servida en un vaso que puede tomarse como desayuno, merienda o postre. Junto con suplementos vitamínicos, los smoothies pueden ayudar a controlar el peso. Son, además, la bebida y la comida del futuro”

Según el artículo publicado en GASTROTECAONLINE por Emil Vega “La comida (bebida) del futuro: Smoothies”, dice lo siguiente:

Carbohidratos, calorías, proteínas y vitaminas, palabras que aunque existentes permanecían en los libros de medicina o ciencias naturales, salieron a relucir bruscamente, y los términos como “low-fat”, “fat-free” y “healthy” fueron posicionándose en los pasillos de todos los supermercados. Es tanto así que

los productos comercializados ahora llevan por ley una etiqueta que muestra el contenido nutricional en el empaque.

A consecuencia de todo esto, surgieron nuevas ideas y miles de nuevas recetas para satisfacer estas demandas de comida saludable. Una de ellas, considerada como la opción más saludable, rápida y económica, que aparte de todo no es comida, sino bebida, se lleva todos los premios. Simple, práctica y refrescante, está en cualquier esquina del planeta, en casi todos los establecimientos (y hogares) que posean una licuadora. La comida (bebida) del futuro: el magnífico Smoothie.

Esta deliciosa alternativa cumple con todos los requisitos para convertirse en la “primera opción” cuando se habla de salud y nutrición. Un vaso de smoothie puede contener todo lo que el cuerpo humano necesita en una jornada diaria. Por su simple y rápida preparación, además de su bajo costo está ‘ranqueado’ como un “favorito” dentro de las opciones saludables.

El smoothie no es más que una bebida de fruta y jugo licuados (como base), pero al agregarle otros ingredientes se convierte en un alimento sumamente nutritivo, el cual bien puede ser desayuno, almuerzo, merienda, cena... y hasta postre.

Características

Suele tener una consistencia algo densa, y su consistencia parecida a un batido pero algo más espeso. Se diferencia principalmente del resto de productos del mismo sector por su cremosidad. Se le suele añadir leche, leche de soya o bien yogurt natural, té verde, suplementos herbales o mezclas de suplementos vitamínicos para enriquecerlo en proteínas.

Los smoothies industriales contienen trocitos triturados o licuados de varias frutas, a los que añaden diversos zumos elaborados con deshidrataciones o concentrados, pudiendo ser algunos naturales. No tiene aditivos que

modifiquen su aspecto o su sabor, pero contienen a menudo vitaminas añadidas para compensar la carencia en vitaminas naturales. La mezcla triturada se conserva mediante pasteurización.

El auténtico smoothie se elabora a base de frutas frescas o congeladas, trituradas o licuadas en el momento de consumirla. Tradicionalmente, en Estados Unidos, el smoothie se consumía mezclado con hielo picado, por lo que era parecido a un granizado natural, pero más cremoso, de ahí su nombre.

Una recomendación para reconocer un verdadero smoothie es que no estén comercializados en envases tetra pack, vidrio o metal, ya que significa que han pasado por un proceso de concentración y evaporización del agua mediante calor, proceso que disminuye rápida y progresivamente las vitaminas que pueda contener. También es importante observar los ingredientes, puestos que se elaboran con numerosos productos alternativos como pulpa, purés, néctares y otros aditivos.

Historia

El smoothie proviene de la tradición de tomar mezclas de frutas frescas batidas, en los países tropicales de América Latina. Esta tradición pasó a Estados Unidos donde rápidamente se puso de moda.

El concepto nació en California en los años de 1960 junto al boom de gente que sentía la necesidad del cuidado personal y los gimnasios, las bebidas energéticas y bajas en calorías y grasas. Productos que tuvieron gran auge durante esta época fueron todas las bebidas “light”, naturales y orgánicas. Los smoothies fueron una alternativa energética y vitamínica a las bebidas artificiales o los refrescos. El smoothie se popularizó a finales de 1960 en Estados Unidos a través de las tiendas especializadas de productos naturales y los vendedores de helados como bebida refrescante. Poco a poco se fueron comercializando envasados, a medida que crecía la demanda de productos naturales por consumidores preocupados por la salud.

La receta de los smoothies fue adoptada por restaurantes de comida saludable de las regiones de América del Sur ya que son tradicionales las capitales de frutas en el mundo. Brasil, es el mayor proveedor de frutas naturales en el mundo y sus nativos a través de siglos han conocido los beneficios de los jugos de frutas naturales y lo han estado incluyendo como un elemento básico en su dieta (JASA, 2009).

La **JASA**, fue creada en el año de 1990, para educar al consumidor acerca de la industria de los jugos y los smoothies, además de promover el consumo y expansión del mercado de estos productos a través de la promoción de franquicias, definió los smoothies profesionales con la siguiente receta: mezclar zumos de frutas, frutas, hielo picado, yogurt o leche de soya en una licuadora de alta velocidad. Un proceso sencillo y limpio que da como resultado una bebida espesa y consistente.

Entre 1990 y el 2000, los smoothies empezaron a distribuirse en cafeterías, tienda de café y embotellados en los supermercados de Estados Unidos.

Según datos de la JASA, solo en 2003 la industria de los smoothies en Estados Unidos, generó ventas por más de \$ 1.100 millones de dólares, y cerca de 200 tiendas se operan por cada franquicia.

Beneficios de los smoothies

Los productos ofrecidos por Fruit Juice Bars son una alternativa para las personas que llevan un estilo de vida saludable y aquellas que gustan alimentarse sana y balanceadamente; también para personas que diariamente tienen obligaciones profesionales y no cuentan con demasiado tiempo para alimentarse requiriendo así productos que sean de rápida entrega y de porciones adecuadas, las que hacen deportes y las que les gustan comer frutas de una forma divertida.

Estos productos tienen una gran ventaja sobre las bebidas como los refrescos y los jugos que venden en la calle, y, están caracterizados por ser saludables, naturales, deliciosos, nutritivos, frescos y de rico sabor; con una ambiente agradable al consumidor de tal forma que el cliente se sienta satisfecho durante el proceso de preparación y consumo del mismo.

Además los smoothies: a) Son una fuente principal de vitaminas A, B, C y minerales; b) Si se utiliza yogurt o leche de soya te proporciona calcio; c) Te dan energías, muchos de los deportistas después de una rutina de ejercicios, se toman un smoothie para así recuperar la energía perdida y estar activos durante el día; d) Te proporciona la porción diaria de fruta que es entre taza y media a dos, según la pirámide nutricional; e) Son fuente de antioxidantes, es decir, le da vitalidad a las células y f) Fortalece el sistema inmunológico, para así no contraer enfermedades comunes como la gripe.

Todas nuestras recetas se basan en las propiedades de las frutas que se manejan, para el desarrollo del funcionamiento del cuerpo humano y la prevención de enfermedades.

Los smoothies son batidos de nutrientes densos, suministro de vitaminas, minerales y grasas naturales necesarias para la buena nutrición. La grasa es necesaria para las funciones biológicas y quemada por el cuerpo de energía

El smoothie en el desayuno ayuda a estar hidratado al inicio del día, no tendrá que beber agua cuando usted está bebiendo el producto en mención.

Según en el artículo publicado por **Wendy Stanton**¹ **“Bajar de peso rápido mediante la incorporación de un Smoothie, dieta en su vida”**, una de las mejores maneras de poner en marcha sus objetivos de pérdida de peso es tan simple como agregar un batido en su vida. Smoothies son la manera en primer lugar, y excelente para recuperar la salud. Ellos permiten satisfacer sus porciones diarias recomendadas de frutas y verduras que muchas personas carecen en sus dietas.

1.- Wendy Stanton: Especialista en Información Médica. Gestiona la Facultad de Medicina y Salud, Universidad de Nottingham

El desayuno es la comida más importante del día y que ayudan a poner en marcha su metabolismo. Impulsar su metabolismo le ayudará a quemar más calorías por día y bajar de peso. La mayoría de la gente está demasiado ocupada para comer un desayuno saludable cada mañana y terminan perdiendo una valiosa oportunidad para impulsar su metabolismo.

Un batido de la dieta es definitivamente una gran manera para la pérdida de peso rápida y se puede utilizar para sustituir a cualquier comida, además de desayuno, lo utilizan como bocadillo saludable durante el día. Esto evitará que usted coma papas fritas, dulces y otros alimentos que no le ayudará a lograr sus objetivos de pérdida de peso.

¿Qué se necesita para preparar un smoothie?

Frutas congeladas y frescas, una buena licuadora, ganas de alimentarse sanamente y hambre. A diferencia de cualquier batido de frutas, el truco es utilizar el ingrediente base congelado en lugar de añadir tanto hielo.

La base: Por lo general, las frutas constituyen el principal ingrediente en la elaboración de un smoothie. Aproveche un especial de frutas y en lugar de verlas deteriorarse, córtelas en trozos y congélelas dentro de una funda plástica o un recipiente.

Líquido: Jugos de frutas como, de naranja, de manzana, de coco o jugos de vegetales como la zanahoria, o cualquier otro de su preferencia es adecuado. También se utiliza leche y leche de soya.

Yogurt: Además de súper nutritivo, el yogurt ayuda en la textura final de smoothie. Algunas personas prefieren sustituirlo por leche. También un poco de sorbete o helado realzan la consistencia deseada.

Otros ingredientes: Polvos de proteínas, adelgazantes, energizantes, etc.

Lo importante es realizar una mezcla de ingredientes que satisfaga de igual forma a su paladar como a su necesidad alimenticia.

Beneficios para la salud de los smoothies de frutas

Los batidos de frutas son una manera versátil de añadir frutas y otros alimentos saludables a su dieta. Usted se puede comprarlos o puede preparar el suyo propio. Los beneficios de los batidos de frutas depende de los ingredientes que contiene y por lo tanto una ventaja de preparar el batido de fruta es mantener el control sobre su contenido nutricional. Al comprar un smoothie de fruta, preste atención a la lista de ingredientes para asegurarse de que contiene los nutrientes que son más importantes para usted.

Energía

El alto contenido de carbohidratos de las frutas en su batido proporciona energía para alimentar su cuerpo. Plátanos frescos, arándano y papaya ofrecen los azúcares y un rápido incremento de energía.

Antioxidantes

Los antioxidantes son un componente importante en su dieta, ya que ayudan a neutralizar los radicales libres de las células. Frutas frescas y bayas en particular son ricas en una variedad de compuestos que actúan como antioxidantes. Arándanos, por ejemplo contienen altos niveles de antocianinas, compuestos con propiedades antioxidantes y anti-inflamatorias, dice el Dr. Robert Krikorian, de la Universidad de Cincinnati Centro Académico para la Salud. La vitamina C en las frutas frescas también funciona como antioxidante en el cuerpo.

Vitaminas y Minerales

Las vitaminas y minerales son abundantes en los smoothies de frutas fresca, y el más y e más colorido de la fruta, más nutrientes contienen por lo general, de

acuerdo a la Universidad de Michigan Health System, melón, melocotón y la papaya tienen vitamina A, mientras que las fresas son ricas en vitaminas C. Los plátanos tienen vitamina B y potasio. Otros minerales abundantes en las frutas como el cobre, está en la piña, kiwi y duraznos; el manganeso como el plátano, las fresas y los arándanos.

Fibra

Los Smoothies de frutas, debido a que incluyen la fruta entera y no solo el jugo, añaden fibra a su dieta. El Departamento de Agricultura de EE.UU. recomienda una ingesta de fibra de 14 gramos por cada 1000 calorías que consume para mantener para mantener su sistema digestivo saludable y para disminuir su riesgo de enfermedad cardíaca y ciertos cánceres. Kiwi, cerezas, fresas, papaya y plátanos cada una contribuye 3g por cada taza de frutas en rodajas.

Proteínas

Mientras que las frutas contienen pocas proteínas, los smoothies de frutas puede ser complementado con yogurt probiótico bajo en grasa o leche semidescremada o descremada para aumentar el contenido de proteínas. Estos ingredientes pueden fortalecer los huesos por su contenido en minerales como el calcio y el fósforo. La adición de yogurt también puede suministrar probióticos beneficiosos para mantener el sistema digestivo saludable.

Poca grasa

Las frutas son naturalmente bajo en grasa, por lo que los smoothies pueden incorporarlo a su dieta ya que casi no contienen grasa.

Los smoothies despiertan el metabolismo

Los batidos de frutas son mejor en una dieta ya que despiertan el metabolismo, lo que es ideal para bajar de peso y eliminar con el tiempo la celulitis. Al seguir una dieta estricta par bajar de peso durante meses, se dice que el resultado no

es como se esperaba, a menudo sucede que una dieta estricta nos hace perder varias libras pero no lo podemos mantener con facilidad.

En definitiva, la insuficiencia de nuestro metabolismo no puede quemar grasa y azúcar en los alimentos que comemos, un mecanismo que está influido por la producción de hormonas y los que aportamos a nuestra mesa, el metabolismo correcto depende de la cantidad de grasas, proteínas y carbohidratos que consumimos diariamente, en presencia de exceso se corre el riesgo de no funcionar bien las glándulas suprarrenales, el hígado y el páncreas, el bloqueo de las secreciones hormonales.

El Camino del Smoothie a la salud

Hay muchas maneras que puede mantener una dieta, los grandes ejemplos de estos es con la bebida del "smoothie". Estas bebidas, si están preparadas correctamente, ofrecen una experiencia agradable de mucho gusto y en la salud.

Un smoothie es una bebida que puede ser un reemplazo de la comida. Consiste en una combinación de líquidos y de sólidos mezclados, donde resulta una consistencia densa. Por lo tanto, su nombre, que es también pertinente para la sensación que se consigue cuando se bebe uno.

Las autoridades sanitarias reconocen los smoothies que son bajos en grasas y ricos en beneficios por las frutas.

Sin embargo, hay muchas maneras que usted puede hacer los smoothies. Las recetas abundan para hacer su propio smoothie, como por ejemplo: verduras frescas y el smoothie herbario, así como unas diversas combinaciones de frutas. Recibimos a menudo recordatorios para conseguir las porciones necesarias de fruta en nuestra dieta diaria.

Para los vegetarianos y los veganos, los smoothies sanos ofrecen una alternativa adicional de la dieta sana. Un smoothie fresco proporciona los alimentos necesarios y proporciona una fuente de energía para el día.

Los smoothies frescos con las hierbas y las vitaminas agregadas tales como B-12, biloba del ginkgo, y echinacea son también populares. Éstos y otras hierbas y vitaminas dan al smoothie un retroceso adicional que pueda ayudar a alzar el funcionamiento de trabajo de una persona.

Un smoothies es definitivamente una mejor bebida a tomar durante su día laborable, comparado a una soda o a una taza de café. También después de la cena, como postre sano, con un suplemento puede proporcionar el refuerzo necesario para mantenerte vibrante y energizado para un día con varias actividades e incluso para actividades nocturnas. Ésa es la razón necesaria para explorar esta alternativa sana de la bebida.

Smoothie: una forma de alimentarse sanamente

Los smoothies se popularizaron en California en la década de la 60. Hoy hacen parte de la intención de muchas personas para mejorar su salud. Este concepto se creó de la mano del boom de los gimnasios y de tener una vida sana lejos de la obesidad que tanto aqueja a Estados Unidos. Esto se dio como resultado del interés por combatir la obesidad y de las enfermedades relacionadas con este tema como la diabetes que aquejan y siguen siendo un problema de la sociedad norteamericana.

Esta tendencia quiere, a partir de pequeños tragos de líquido, extraer lo mejor de los alimentos con los que se realiza. Está lejos de ser un zumo semi-artificial, hecho con concentrados de frutas. Es el resultado de alimentos totalmente naturales.

Los smoothies no tienen ningún aditivo y por consiguiente se convierten en la dosis más efectiva para alimentarse bien.

¿Por qué son avalados por las organizaciones médicas como una buena forma de tener un complemento alimenticio?

Estas bebidas tienen una alta dosis de proteínas, nutrientes y vitaminas beneficiosas para el organismo. Son una fuente de energía que sin necesidad de gastar mucho tiempo se puede obtener.

Los smoothies se deben hacer al momento de ser bebidos, con alimentos que sean frescos. Estas bebidas cumplen con las porciones recomendadas que para el caso de las frutas deben ser entre una taza y media o dos tazas. Es decir, un solo batido sustituye las raciones de fruta o verdura al día.

¿Qué son los probióticos y cómo se beneficia el organismo?

Los probióticos son microorganismos vivos adicionados a los alimentos que en concentraciones adecuadas, ejercen un efecto benéfico a la salud humana.

Los probióticos más estudiados y utilizados son, las bacterias ácido-lácticas o “Lactobacilos” y las “Bifidobacterias”. Estas son variedades habituales de nuestro tracto bucal, gastrointestinal y vaginal. Podríamos denominarlas, bacterias “amistosas” que conforman un verdadero ejército que nos protege de otros invasores nocivos para nuestra salud. No cabe ninguna duda que actúan en la prevención de muchas enfermedades.

Los efectos benéficos que los probióticos ejercen en nuestro organismo son:

- Aumentan la producción y biodisponibilidad de ciertas vitaminas, como son: la vitamina B2, B6, B12 y la Biotina.
- Mejora la biodisponibilidad de varios minerales, como: el Calcio, el Hierro, el Cobre, el Cinc y el Magnesio.
- Impide el desarrollo de bacterias nocivas.
- Mejora la digestibilidad de las fibras.
- La acidez que provoca su colonización, aumenta el movimiento intestinal, reduciendo el tiempo de tránsito de la materia fecal. Esto lo hace muy útil en la constipación.
- Para prevenir y tratar pouchitis (una condición que puede surgir luego de cirugía para remover el colon).

- Para prevenir y manejar el dermatitis atópico (eczema) en niños.

¿Qué es un plan de negocios?

El plan de negocios, también llamados plan de empresas, es un documento que especifica, en lengua escrita un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En el se expone el propósito general de una empresa, y los estudios de mercado, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura del capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con un método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.

El plan de negocios es un documento estratégico con dos funciones fundamentales:

- 1.- Determinar la viabilidad económico-financiera del proyecto empresarial.
- 2.- Suponer la primera imagen de la empresa ante terceras personas.

1.5.2. MARCO CONCEPTUAL

Batidos.- Bebida no alcohólica elaborada principalmente a base de leche y frutas naturales, por medio de una batidora.

Biotina.- Originalmente conocida como vitamina B8, este compuesto juega un importante papel en el metabolismo de hidratos de carbono, proteínas y grasas. Cataliza la fijación de dióxido de carbono (en la síntesis de los ácidos grasos).

Calorías.- Son la fuente de energía que aportan los alimentos al cuerpo. Un exceso a este aporte puede llevarnos a un sobrepeso.

Concesión.- Acción y resultado de conceder. Otorgamiento del derecho de explotación por un lapso de tiempo determinado de bienes y servicios por parte de una institución gubernamental a una generalmente privada.

Concesionario / ria: Es la persona o entidad que tiene la concesión de un servicio o la distribución de un producto determinado.

Constipación.- Es un trastorno que afecta a la mayoría de las personas en algún momento de la vida. Consiste en la eliminación de heces mediante deposiciones escasas, difíciles de expulsar o demasiado infrecuentes.

Consumidor.- Persona que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor, para satisfacer sus necesidades.

Eczema.- Es una afección dermatológica (de la piel), caracterizadas por una inflamación que presenta diversas lesiones como: estema, vesícula, pápulas y exudación.

Eczema atópico.- Enfermedad inflamatoria de la piel, caracterizada por erupción cutánea, eritematosa, pruriginosa, pobremente demarcada, especialmente en las zonas con arrugas.

Empresa.- Es una unidad con fines de lucro, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, en la que el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección se coordinan para llevar a cabo una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Energizante.- Es un estimulante regenerador de la fatiga y el agotamiento, además de aumentar la habilidad mental y desintoxicar el cuerpo.

Franquicia.- Contrato mercantil entre empresas, por el que se comercializan productos, servicios y/o tecnología. El franquiciador ofrece el derecho y la obligación de administrar un negocio a sus franquiciados, quienes a cambio de una prestación económica pueden hacer uso del nombre comercial; es decir que otorga una licencia para que otra empresa pueda prestar los mismos servicios con su marca.

Frutas.- Conjunto de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres, que poseen un sabor y aroma intenso y presentan diferentes propiedades nutritivas.

Jugos.- Consiste en extraer de las frutas de distintas maneras.

Lactobacilos.- Son microorganismos que están en el sistema digestivo de forma natural y que tienen una función beneficiosa. Al tener un efecto regulador ayudan a asimilar mejor la comida. También estimulan el sistema inmunitario e inhiben el desarrollo de bacterias nocivas.

Macrobióticos.- Es una dieta basada en las fuerzas e energía chinas (ying-yang). Adjetivo que se utiliza para designar a aquellos platos o comidas que se

realizan utilizando como base principal a los cereales y granos, además de sumar a ellos una variedad de verduras y frutas.

Materia Prima.- Materiales extraídos de la naturaleza que se transforman y elaboran un bien de consumo o producto final.

Mercado.- Es una suma de personas físicas o jurídicas u organizaciones que está formado por todos los consumidores o compradores actuales o potenciales para un determinado producto.

Nutrición.- es el proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales.

Organización.- Estructura que adopta cualquier asociación humana para lograr un propósito común y sus correspondientes objetivos.

Probióticos.- Son microorganismos vivos que se adicionan a un alimento que permanecen activos en el intestino y ejercen importantes efectos fisiológicos, beneficioso para la salud porque regulan la flora intestinal y potencian el sistema inmunológico.

Proteínas.- Nutrientes necesarias para el crecimiento y reparación de las células del cuerpo.

Proveedores.- Persona o sociedad que venden la materia prima para producir bienes o servicios

Salud.- Es el estado de completo bienestar físico, mental y social, por lo que principalmente es una medida de la capacidad de cada persona de hacer o convertirse en lo quiere ser

Servicio.- Son un conjunto de actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes o alguna persona en común satisfacción de deseos o necesidades.

Smoothies.- Es una bebida no alcohólica preparada a base de frutas totalmente naturales.

Trabajo en equipo.- Es una filosofía acorde a la empresa. Es la realización de una tarea por medio de un grupo de personas que integran los esfuerzos individuales, capacidades diversas de cada integrante, dividiendo el trabajo de acuerdo a funciones específicas, logrando así los objetivos deseados.

Yogurt.- Se elabora a partir de la leche entera o descremada, la cual tiene un alto porcentaje de proteínas. Producto lácteo obtenido mediante la fermentación bacteriana y la leche natural.

Vitamina A.- Ayuda al crecimiento y protege contra las infecciones del aparato respiratorio. Contribuye a conservar la vista y la piel sana. Su carencia provoca ceguera, sequedad de la piel y disminuye las defensas.

Vitamina B.- Contribuye a mantener el buen funcionamiento de los nervios, la sangre y la piel. Ayuda a mantener el apetito y la digestión.

Vitamina B1.- Es buena para el correcto funcionamiento del sistema nervioso. No se almacena en el organismo, por lo tanto, se debe suministrar diariamente. Su carencia provoca la baja de peso, problemas cardiacos, irritabilidad, convulsiones.

Vitamina B2.- Esta vitamina raramente se presenta con deficiencia en nuestro organismo. Su carencia produce inflamación en las encías, trastornos de la piel y produce anemia.

Vitamina B6.- Interviene en los procesos de maduración de los glóbulos rojos de la sangre y conservación de la piel. Su carencia provoca desequilibrio en el sistema nervioso, trastornos mentales, afecciones estomacales e intestinales.

Zumo.- Es la sustancia líquida que se extrae de los vegetales.

1.6. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL

La presente investigación pretende demostrar que los smoothies a base de frutas es un alimento que por sus características nutricionales, benefician el organismo y mejora la salud.

1.6.2. HIPÓTESIS PARTICULARES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demostrar que el smoothie es un alimento nutritivo que puede reemplazar una comida básica (desayuno o merienda); esto contribuye a la diferenciación y comercialización de los productos que ofrece Fruit Juice Bars.
- Determinar la inversión inicial del proyecto, esto determinará los costos de producción y precios de los productos.
- Realizar una campaña informativa de las propiedades y beneficios de los smoothies, permitirá que los consumidores potenciales puedan adquirir nuestro producto.

1.7. VARIABLES

1.7.1 Hipótesis General

VARIABLE INDEPENDIENTE: VI

Demostrar que los smoothies a base de frutas es un alimento.

VARIABLE DEPENDIENTE: VD1

Por sus características nutricionales benefician el organismo y mejora la salud.

VARIABLE EMPIRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: VEVI

VEVI: Demostrar que los smoothies a base de frutas es un alimento.

VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: VEVD

VEVD1: Por sus características nutricionales benefician el organismo.

VEVD2: Por sus características nutricionales mejora la salud.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: IND. VEVI

IND.VEVI: Descripción de los smoothies a base de frutas.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: IND. VEVD

IND.VEVD1: Descripción de los beneficios nutricionales de los smoothies en el organismo.

IND.VEVD2: Porcentaje de los nutrientes que aportan las frutas.

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: ¿Está de acuerdo usted que los smoothies a base de frutas son un alimento?

SI _____

NO _____

PORQUE _____

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: ¿Cuáles son los beneficios en el organismo de los smoothies?

ITEM IND.VEVD2: ¿Cuáles son los nutrientes que aportan las frutas?

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Propuestas de los propios investigadores

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Tabla nutricional de las frutas

ITEM IND.VEVD2: Características de las frutas

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Búsqueda de fuentes secundarias

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Encuesta

ITEM IND.VEVD2: Búsqueda de fuentes secundarias

1.7.2 Hipótesis Particulares

1.7.2. Hipótesis Particulares # 1

VARIABLE INDEPENDIENTE (VI):

El smoothie puede reemplazar una comida básica

VARIABLE DEPENDIENTE: VD

Contribuye a la diferenciación y comercialización de los productos que ofrece Fruit Juice Bars.

VARIABLE EMPIRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: VEVI

VEVI: El smoothie puede reemplazar una comida básica

VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: VEVD

VEVD1: Contribuye a la diferenciación de los productos que ofrece Fruit Juice Bars.

VEVD2: Contribuye a la comercialización de los productos que ofrece Fruit Juice Bars.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: IND. VEVI

IND.VEVI: Características de los smoothies

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: IND. VEVD

IND.VEVD1: Porcentaje de los productos sustitutos a los smoothies.

IND.VEVD2: Proyección de ventas de los productos que ofrece Fruit Juice Bars.

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI1: ¿Cuáles son las características de los smoothies?

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: ¿Cuáles son los productos sustitutos a los smoothies?

ITEM IND.VEVD2: ¿Cuáles son las ventas de los productos de Fruit Juice Bars?

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Base de Datos de la Jasa (Asociación Americana de los smoothies.)

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Encuestas

ITEM IND.VEVD2: Búsqueda de fuentes secundarias.

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Búsqueda de fuentes secundarias.

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Encuesta

ITEM IND.VEVD1a: Búsqueda de fuentes secundarias

1.7.3. Hipótesis Particulares # 2

VARIABLE INDEPENDIENTE: VI

Determinar la inversión inicial del proyecto.

VARIABLE DEPENDIENTE: VD

Determinar los costos de producción y precios de los productos.

VARIABLE EMPIRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: VEVI

VEVI1: Determinar la inversión inicial del proyecto.

VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: VEVD

VEVD1: Determinar los costos de producción de los productos

VEVD2: Determinar los precios de los productos.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: IND. VEVI

IND.VEVI1: Descripción de la inversión inicial.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: IND. VEVD

IND.VEVD1: Porcentaje de los costos de producción.

IND.VEVD2: Descripción de los precios de productos

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: ¿Como se determinará la inversión inicial del proyecto?

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: ¿Cuáles son los costos de producción para el proyecto?

ITEM IND.VEVD2: ¿Cuáles son los precios de los productos?

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Fuentes de los investigadores

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Estadísticas de los costos de las frutas.

ITEM IND.VEVD2: Estadísticas de los precios la competencia directa e indirecta.

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI: Búsqueda de fuentes secundarias

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Búsqueda de fuentes secundarias

ITEM IND.VEVD2: Encuestas.

1.7.4 Hipótesis Particulares # 3

VARIABLE INDEPENDIENTE: VI

Una campaña informativa de las propiedades y beneficios de los smoothies.

VARIABLE DEPENDIENTE: VD

Permitirá que los consumidores potenciales puedan adquirir nuestro producto

VARIABLE EMPIRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: VEVI

VEVI1: Una campaña informativa de las propiedades de los smoothies.

VEVI2: Una campaña informativa de los beneficios de los smoothies.

VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: VEVD

VEVD1: Permitirá que los consumidores potenciales puedan adquirir nuestro producto.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: IND. VEVI

IND.VEVI1: Descripción de las propiedades de los smoothies

IND.VEVI2: Porcentaje de beneficios de los smoothies.

INDICADORES PARA MEDIR VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: IND. VEVD

IND.VEVD: Porcentaje de los consumidores potenciales.

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI1: ¿Qué propiedades tienen los smoothies?

ITEM IND.VEVI2: ¿Qué beneficios tienen los smoothies?

ITEMS (PREGUNTAS) PARA PROVEER DE DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: ¿Cuáles serían nuestros consumidores potenciales?

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI1: Base de Datos JASA – Asociación de Jugos y Smoothies de Estados Unidos.

ITEM IND.VEVI2: Base de Datos JASA – Asociación de Jugos y Smoothies de Estados Unidos..

FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LOS DATOS A LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD: Base de Datos de las personas que transitan en el Mall del Sol.

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ITEM IND. VEVI

ITEM IND.VEVI1: Búsqueda de fuentes secundarias

ITEM IND.VEVI2: Búsqueda de fuentes secundarias

TECNICAS PARA LA OBTENCION DE DATOS DE LOS INDICADORES DE VARIABLES EMPIRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ITEM IND. VEVD

ITEM IND.VEVD1: Búsqueda de fuentes secundarias

1.8. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.8.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio se basa en la investigación descriptiva.

1.8.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

1.8.2.1. Metodología Exploratoria

Cumpliendo con el objeto de la investigación se utilizará el instrumento de encuestas, en donde se realizará la recopilación, tabulación, análisis y evaluación de datos orientados en las diferentes variables del mercado; como los clientes potenciales, la competencia directa e indirecta y el comportamiento de los clientes, para poder encaminar nuestras decisiones.

1.8.2.2. Metodología Descriptiva

Este método se podrá recopilar y presentar los datos obtenidos de las encuestas realizadas a personas de nuestro público objetivo, que se caractericen por el consumo de alimentos saludables, realicen ejercicios, o padres, de los cuales deseen alimentar a sus niños de un delicioso y nutritivo producto de Fruit Juice Bars.

Para calcular nuestra muestra de la encuesta vamos a seleccionar a la población de personas que transitan en el Mall del Sol, por lo que usaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

p= Factor de consumo.

q= Factor no consumo.

z= Nivel de confianza al 95%, que es equivalente en la función de distribución para poblaciones normales al valor de 1.96.

e= es el margen de error igual al 5%.

En este caso no existe algún estudio que determine el consumo y no consumo para este tipo de productos, se asume que el 50% (p) y 50% (q) respectivamente a cada factor; así tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2} = 384$$

El resultado del tamaño muestral para realizar la investigación descriptiva es de 384 persona a encuestar.

Una vez realizadas las encuestas, tenemos planificado llevar a cabo una sesión de Focus Group, con el fin de conocer las percepciones de los consumidores respecto a nuestro producto, se realizarán degustaciones para saber si nuestras combinaciones y sabores tendrán aceptación en el mercado.

1.8.3. FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.8.3.1. Definición del mercado potencial

Para realizar esta investigación de mercado se ha considerado como población objetivo el número mensual de personas que transitan en el Mall del Sol, la cual asciende según datos de la administración a 1'800.000 aproximadamente.

1.8.3.2. Definición de la población objetiva

Nuestro mercado objetivo comprenden todas aquellas personas hombres y mujeres que transitan en el Mall del Sol, que deseen aprovechar las nutrientes de las frutas. Por lo que se espera tener una participación del mercado del 0.1%, lo que nos daría como resultado un mercado objetivo de 1800 personas mensuales.

1.8.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Análisis de Variables

TABLA No. 6

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
COMPONENTES	RESULTADOS
Universo	Todos
Ciudad	Guayaquil
Tamaño Muestral	384 personas
Unidad Muestral	Personas que gusten en consumir jugos y batidos de frutas naturales
Técnica Muestral	Muestreo Aleatoria Simple y Estratégico
Error Muestral	+/- 5 %
Factor de Ocurrencia	$p = 0,50$ y $q = 0,50$
Nivel de Confianza	95%

Elaborado por: autores

Diseño de la Encuesta

Es bajo el método de comunicación y se lo realizará en forma de cuestionario, por lo que debe ser claro, preciso y de fácil respuesta.

Resultados del Focus Group

TABLA No. 7

FICHA TÉCNICA DEL FOCUS GROUP	
COMPONENTES	RESULTADOS
Número de grupos focales	4
Edad	25 - 56 años
Target	Personas que gustan consumir jugos y batidos de frutas naturales
Ciudad	Guayaquil
Duración	1 hora

Elaborado por: autores

El resultado de esta sesión fue de mucha importancia, porque se hizo un acercamiento directo y cualitativo del principal producto de Fruit Juice Bars. Se realizó la entrevista de forma natural y no estructurada entre un grupo pequeño de consumidores, para conocer su opinión sobre las combinaciones de los smoothies y jugos; con la intención de obtener nuevas ideas.

Se observó que las personas participantes se sorprendieron por las combinaciones que se realizaron, llegando a la conclusión de que no había visto las mismas, por lo que no estaban seguros de probarlos; pero cuando lo hicieron les agradaron, dándonos más ideas para aumentar nuestros productos.

SMOOTHIES PREPARADOS EN EL FOCUS GROUP



Choco Berry: chocolate, frutilla, leche de coco, yogurt & hielo.

Comentarios: Su consistencia es optima, su sabor agradable, a todos les gustó, es algo que jamás habían probado; muy rico.



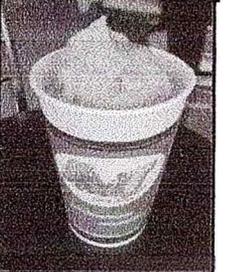
Blackberry dream: mora, frutilla, jugo de naranja, yogurt & hielo.

Comentarios: Sabor dulce, denso y cremoso, de consistencia ideal, agradable para todos los participantes.



Choco banana: chocolate, banana, leche de soya, yogurt & hielo.

Comentarios: Sabor súper rico. Les causo sorpresa que se pueda hacer este tipo de combinaciones.



Gym man: durazno, banana, leche de soya, yogurt, hielo + una súper proteína FJB

Comentarios: Sabor dulce y cremoso, rica combinación, primera vez que prueban algo tan rico.



Mango Bang: mango, banana, jugo de mango, yogurt & hielo.

Comentarios: Color y sabor ideal. Un poco dulce para algunos, su consistencia ideal.



Banana mango: banana, mango & durazno
Comentarios: Demasiado dulce para algunos y para otros tiene un sabor agradable.

A todas las personas que participaron en el Focus Group, les agradó la idea de poder reemplazar una comida por uno de nuestros smoothies, ya que por diversos motivos no todos tienen posibilidades de comer a tiempo una de las tres comidas básicas, podrán degustarlos y a la vez mantener y bajar su peso de manera natural, evitando comer en la noche después de realizar ejercicios y disfrutar de lo mejor de Fruit Juice Bars.

1.9. RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

Creemos que hay un gran potencial para los productos que vamos ofrecemos en la ciudad de Guayaquil, ya que los batidos a bases de frutas están en mayor o menor medida en la vida de las personas.

Nuestra principal debilidad es que nuestro producto se lo conoce muy poco en el mercado, por lo que esperamos que en el corto plazo, las personas que se preocupen por un estilo de vida saludable, poco a poco se familiaricen consumiendo nuestro producto, ya que los smoothies es la bebida de la nueva era en generaciones presentes y futuras.

Nuestros smoothies son productos refrescantes y diferenciados, que tienen una alta dosis de proteínas, nutrientes y vitaminas beneficiosas para el organismo y son una fuente de energía ya que son elaborados con frutas 100% naturales; en un local moderno, acogedor, cómodo que permita sociabilizar a jóvenes y adultos en la ciudad.

Debemos de tener en cuenta, que hay que informar a los consumidores y público en general sobre los beneficios que tiene, incorporar en la vida diaria el consumo de un

smoothie y lo malo que son para la salud las bebidas hechas a base de preservantes, saborizantes y colorantes, etc.

Posicionar en la mente de nuestros consumidores y en largo plazo expandirnos a nivel local, conforme vayamos creciendo en la participación del mercado.

Nuestros consumidores potenciales son las personas que concurren al Mall del Sol, las oficinas que se encuentran ubicadas en Ciudad de Sol y en especial la de las Gran Manzana, las personas que practican una actividad deportiva y las que gustan de tener una vida sana y balanceada.

Los smoothies pueden reemplazar una comida y contienen las 3 porciones de frutas que recomiendan en la dieta diaria.

Hacer de Fruit Juice Bars el primer modelo de negocio en el mercado local, especializados en la venta de smoothies, además del reconocimiento de nuestra marca en el campo de los smoothies y ser reconocidos de manera inmediata por la sociedad en general.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La obesidad es una enfermedad crónica que atraviesan algunos países desarrollados y en vías de desarrollo, que se caracteriza por un exceso de tejidos adiposo o grasa corporal. Esta enfermedad se asocia a condiciones concomitantes serias (diabetes, dislipidemias, hipertensión) que conducen una mayor morbilidad y mortalidad. Datos recientes según el doctor Pablo López ², Presidente de la Sociedad Ecuatoriana de Ciencias y Alimentación y Nutrición SECIAN, revelan que en el Ecuador 14 de cada cien niños de edad escolar y 22 de cada cien adolescentes en áreas urbanas presentan sobrepeso y obesidad.

Cifras

La tendencia finalmente muestra su máxima expresión en la edad adulta, el 40,6% de sobrepeso y 1,4% de obesidad en el 2004; y, por lo que para el año 2010 reporta según el estudio que se hizo con alcance nacional en adultos el 59% tiene exceso de peso.

Actualmente en nuestra ciudad, hay un crecimiento acelerado de las personas que gustan de alimentación sana, natural, balanceada y saludable; por lo que la comida rápida, que implica ingerir más calorías necesarias para el cuerpo, aparte de ser elaboradas con ingredientes artificiales no brindan los nutrientes ni las proteínas necesarias, son alimentos que van en contra del cuidado de la figura corporal. Ello implica un riesgo más alto de sufrir enfermedades por altos niveles de colesterol, diabetes y problemas gastrointestinales.

2- El doctor Pablo López, médico, profesor universitario, investigador, coautor del libro reciente *Obesidad*

Las personas que tienen que trabajar diariamente bajo niveles de exigencia y responsabilidades, cuentan con poco tiempo para dedicar a su alimentación, es por ello que Fruit Juice Bars pone su establecimiento al norte de la ciudad, en el Hotel Sonesta & Shopping, ubicado en la Gran Manzana a lado de centro comercial Mall del Sol, productos de una manera rápida y asequible, para satisfacer la necesidad a aquella personas que llevan un estilo de vida saludable.

Cabe recalcar que uno de los insumos mas comercializados para producir comida natural son las frutas, pues éstas se obtienen de plantas cultivadas o silvestres y poseen un sabor y aroma rico para los consumidores. Sin embargo, son pocas las empresas que han explorado las diferentes alternativas en que se pueden presentar las frutas, siendo básicas la ensaladas, pulpas congeladas y jugos naturales.

En el Ecuador y en especial Guayaquil, no son muy conocidos los smoothies, pero estas bebidas son la base de un negocio que crece vertiginosamente en otras partes del mundo, como por ejemplo: en Australia Boost Juice Bars tiene una facturación anual de más de \$AUD 100 millones de dólares, en cambio el gigante norteamericano Jamba Juice sus ventas anuales superan los \$ 300 millones de dólares. Por lo que, sólo en Estados Unidos para el año 2010³, se obtuvo ventas de alrededor de 2.6 millardos de dólares.

En base a lo anterior, aunque el simple hecho de que en Estados Unidos se genere tantos millones de dólares, se asevere que en el Ecuador va a ser igual, esto sería un error, pero la realidad es que el negocio de los smoothies crece cada vez más, debido a las tendencias de la comida sana y natural

En Guayaquil existen varios negocios informales que venden jugos y batidos; que en su mayoría son de imagen poco atractiva para el consumidor, ya que estos están ubicados en carretas o locales en diversas partes de la ciudad.

3- Este informe es suministrado de acuerdo con los términos y condiciones de Mintel Internacional Group Limited.

Además, hay otros lugares que se dedican a la comercialización de los mismos, estos a su vez constan con una imagen aceptable, pero que son demasiados costosos para los consumidores, como por ejemplo: Friday's T.G.I., Mambo Juice, Frutanga, Zona Light, Frutabar, etc.

Actualmente no hay negocios especializados en la venta de smoothies, es por eso, Fruit Juice Bars S.A. introduce en la ciudad de Guayaquil una tienda especializada en Smoothies naturales hechos a bases de frutas frescas, ponen a consideración de los consumidores una carta amplia y un lugar acogedor, moderno y novedoso; a estos lugares se los conoce en el mundo como "Juice Bars". Este modelo de negocio debe adaptarse a los exigentes gustos tanto del producto, de la presentación así como del ambiente del lugar donde quienes gustan deleitarse saludables.

Fruit Juice Bars se encuentra en una etapa de introducción, por lo que se tienen que definir estrategias que logren afianzar nuestra marca al mercado y que los consumidores asimilen los productos ofertados.

Objetivos a seguir

- ❖ Determinar el nivel de aceptación de los productos de Fruit Juice Bars en el mercado guayaquileño.
- ❖ Ser la marca preferida de los consumidores de smoothies y jugos naturales.
- ❖ Determinar un precio base, de acuerdo con lo que el mercado esté dispuesto a pagar.
- ❖ Determinar cuáles serán los futuros consumidores.
- ❖ Identificar las cualidades, más importantes que deben tener nuestro productos.
- ❖ Conocer las opiniones de los consumidores, sobre un producto que pueda reemplazar de manera nutritiva y saludable alguna de las tres comidas básicas.

- ❖ Determinar el interés de los consumidores para comprar smoothies y jugos de frutas de frutas naturales, para calcular los efectos de la demanda con respecto a los productos sustitutos.

Los smoothies es básicamente un alimento saludable en un vaso que también puede usarse como un rápido aperitivo o postre, junto con los suplementos vitamínicos que las frutas ofrecen , mejora la dieta diaria y el control de peso dramáticamente.

2.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS.

2.2.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Fruit Juice Bars S.A. para que pueda superar a su competencia, es necesario conocer quienes son sus competidores y que están haciendo. Por lo que es recomendable identificar el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado, ya que con esta información podrán determinarse con mayor facilidad, las estrategias de posicionamiento que deberá seguir la empresa para entrar y desarrollarse en el mercado.

Para poder comparar nuestro servicio con la competencia evaluamos los siguientes aspectos:

Atención: aplicación del entendimiento y los sentidos de los consumidores.

Calidad: estándares para llevar a cabo la elaboración del servicio y producto.

Tamaño: relación precio con el tamaño de la medida.

Infraestructura: estructura y local de la empresa.

Además, durante la investigación se encontró dos tipos de competencia la directa y la indirecta.

Como competencia directa, tenemos a todas aquellas empresas enfocadas en el sector de alimentos saludables. Estos negocios son Frutabar, Zona Light, Mambo Juice, Frutanga, Las 3 Canastas, franquicias internacionales y juguerías en general.

Como competencia indirecta, tenemos a las cafeterías, los negocios de yogures, los restaurantes, en la que sus cartas constan sus jugos y las tiendas de abarrotes, en estos se pueden encontrar productos procesados como jugos embotellados, café y alimentos en general.

Competidores directos:

Frutabar.- Es una negocio que se encuentra ubicado en el norte (San Marino y Urdesa), centro (Malecón) y sur (Centro Sur) de la ciudad, tiene cuatro locales en la que se venden productos como son: jugos, batidos, mezclas de jugos y comidas ligeras como son sánduches, humitas y hamburguesas de lomo, queso gruyer fundido, etc.;. Su infraestructura es buena y tiene una imagen al estilo hippie, su atención es regular y los precios son un poco elevados ya que rondan de \$ 4,00 a \$ 5,00 por jugos.

Zona Light.- Este negocio esta ubicado en C.C. Urdesa, Dátiles y calle Primera local 17, tiene una infraestructura e imagen modesta y cuenta con un portafolio de productos como son: smoothies, frozen de frutas, sánduche, wraps, ensaladas, batidos, piqueos y dulces. La atención es buena y los precios es de \$ 3,00 para el vaso de 16 oz.

Mambo Juice.- Es un negocio que tiene alrededor de 6 años en el mercado, que se encuentra en el norte (San Marino, Ríocentro los Ceibos, Plaza Village y Terminal Terrestre) y centro (Junín y Panamá), tiene 5 locales en la cual se comercializan productos como jugos, batidos, combinaciones de jugos, ensaladas, tostadas y empanaditas, tiene una infraestructura e imagen regular y aceptable por el consumidor, su atención es buena, sus precios se ajustan al mercado. Algunas combinaciones las hacen con pulpas y ponen pocas frutas.

Frutanga.- Este negocio tiene tres negocios que se dedican a la venta de jugos, batidos y ensaladas de frutas; además ofrecen postres como porciones de tortas, empanadas, bolones y sánduches. Se caracterizan por ser islas y están ubicados al norte de la ciudad, en el Mall del Sol, Ríocentro Norte y Terminal terrestre, la atención es buena y los precios.

Las 3 Canastas.- Están ubicadas en el centro de la ciudad y constan con 4 locales que están equipadas con sus respectivas sillas, se dedican tradicionalmente a la venta de jugos, batidos, ensaladas y combinaciones algo empíricas, que lo complementan con postres de sal como bolones, hayacas, humitas, torta de camote, papa rellena y empanadas. Su ambiente y atención es regular, el producto es bueno y los precios en sus combinaciones están aproximadamente desde los \$3,00.

Juguerías en general.- Son los negocios tradicionales y populares, que tienen años en el mercado como lo son las carretas, los kioscos y locales de jugos, que se encuentran ubicados en las calles, tienen precios populares que fluctúan entre \$0,50 hasta \$ 1,50. Sus productos son frescos, batidos, tostadas y combinaciones empíricas.

Competidores indirectos:

T.G.I. Friday's.- Es una cadena de restaurantes que nació en el lado oeste de Manhattan, en Nueva York. Este negocio se especializa en comidas elaboradas a base de carnes, pollos, pastas y mariscos; además en su carta ofrecen a los consumidores de sus productos alternativas de jugos y combinaciones pero que no se la conocen como smoothies. Este local está dirigido a clientes de clase social media alta y alta, su atención es excelente y están ubicados en el centro comercial San Marino.

Tony Roman's.- Es la mayor cadena casual restaurante temático especializado en costillas a la parrilla en el mundo. Considerado el pionero de

Baby Back Ribs, también ofrecen ensaladas frescas, carnes, pollos, mariscos y bebidas a miles de personas todos los días. Por ser una franquicia de años fácilmente pueden incursionar en el mercado de alimentos y bebidas saludables, ya que en su carta también ofrecen jugos, cockteles y combinaciones. Está ubicado en el Mall del Sol y en Plaza Village Vía Samborondón, su atención es excelente y está dirigido a clientes de clase social media alta y alta.

On The Run Café.- Es una franquicia Norteamericana, que está dentro de las gasolineras Mobil, cuyo servicio es de venta de desayunos, comida, bebidas, bocadillos, snack, varios etc. Ofrece a sus clientes bebidas calientes y frías como lo son el frapuccino y smoothies, con la única diferencia que este producto está hecho con pulpa de frutas que contienen preservantes y hielo. La atención y su infraestructura son buenas.

McCafé.- Es una negocio de alimentos y bebidas de la cadena, propiedad de McDonald's, ubicada en todo el mundo, que refleja una tendencia del consumidor hacia los café expreso. En el Ecuador todavía no se incorpora como en otros países la venta de bebidas frías como lo son los smoothies (ya que es contraproducente de acuerdo al concepto del negocio).

Sweet & Coffe.- Es una negocio que se especializa en la venta de postres y bebidas de café, que ha tenido un alto crecimiento por lo que, está consolidada en el mercado especialmente en el guayaquileño. Esta cadena tiene sus operaciones en el norte, centro y sur, dentro de los centros comerciales, en las gasolineras y en la calle; su atención y sus locales son muy buenos y está dirigido a la clase media, media alta y alta.

Café Valdez.- Es la negocio de la empresa Procafecol S.A., que fue creada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, cuya operación comenzó a partir del 1 de mayo del 2004. Además de las tiendas que se especializan en la venta de bebidas de café y postres, también lo hacen en la venta de café tostado y molido que distribuyen por las grandes cadenas de supermercados.

Esta cadena ya está incursionando en las bebidas de frutas, que son los fruppés que están hechos con pulpas elaboradas con preservantes. Tienen sus operaciones en el norte de la ciudad en centros comerciales, hoteles y la calle; su infraestructura es de muy buena calidad y su atención también.

Yogurt Persa y Naturismo.- Ofrecen un yogurt batido con frutas procesadas con preservantes, de rico sabor y muy apetecido por las personas, aunque no aporta un valor significativo de proteínas, lo acompañan con pan de yuca, tortillas de maíz, empanadas, etc. Lamentablemente las personas que sufren de gastritis, no pueden degustar de este producto, ya que no toleran la lactosa y como sabemos el ingrediente principal del yogurt es la leche.

Comisariatos.- Están ubicados en el Norte, centro y sur de la ciudad, de infraestructura excelente, su atención es buena y dentro de su portafolio de productos constan todo tipo de jugos en botellas, cartones.

Franquicias internacionales.- Como estamos en un sistema globalizado, es muy probable que en el largo plazo puedan introducirse franquicias muy conocidas en el mundo como son las estadounidenses **Jamba Juice**, **Smoothie King**, **Planeta Smoothie**, la canadiense **Booster Juice Bars**, o la australiana **Boost Juice Bars** que ya están posesionadas en América Latina como es Chile, Argentina, México y Brasil.

Datos importantes del análisis:

Los negocios que son competencia directa tienen una ambientación fría y poco acogedora, por ello, teniendo en cuenta las necesidades del mercado, el concepto que Fruit Juice Bars plantea, tiene una ambientación y un espacio acogedor, relajado y natural, dando así un elemento diferenciador y un valor agregado.

La mayoría de los locales solo ofrecen combinaciones de frutas, pero no se las conoce como smoothies a excepción de zona light que sí los ofrece. Los precios oscilan entre \$3,00 a \$5,00.

2.2.2. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Es un producto hecho con frutas frescas 100% naturales.
- Es un producto rico en vitaminas y minerales, ya que nos proporcionan nutrientes que pueden reemplazar un desayuno o una merienda.
- Los sabores son variados, que permite a los clientes personalizar sus combinaciones.
- Ambiente y establecimiento seguro con vigilancia.
- Su elaboración es fácil y rápida.
- Nuestros productos otorgan los beneficios necesarios que requiere el organismo para mantenerse saludable.
- Nuestros productos no contienen alcohol, por lo que no se prohíbe su consumo.
- Ambiente moderno, exclusivo y acogedor.
- Poca inversión inicial para producir.

OPORTUNIDADES

- Es un producto innovador.
- Desarrollar una cultura de consumo saludable más amplia en la ciudad de Guayaquil.
- Posibilidad de ampliar las ventas a diversas ciudades del país.
- Primer negocio especializado en este rubro en Guayaquil.
- No tenemos una competencia directa, aunque de producto similar.
- Ofrecemos productos naturales que mejoran el estilo de vida de nuestros potenciales consumidores.

DEBILIDADES

- Desconocimiento aparente del producto.

- Escasez de capital para publicidad.
- La falta de experiencia para tratar este tipo de mercado.
- Poco capital de trabajo.
- La no aceptación de todos los sabores propuestos por nuestro negocio.
- Limitada inversión inicial para activos fijos.

AMENAZAS

- Es un producto que se puede copiar, sin brindar los mismos nutrientes y beneficios que el nuestro, y dirigido a un mercado distinto al nuestro.
- Competencia con precios más bajos.
- Estacionalidad de las frutas que afectaría los precios de estas.
- Competencia cuenta con más recursos económicos y posicionamiento para desarrollar un lugar parecido.
- La introducción de nuevos productos ha mercado, a raíz de la globalización.

2.2.3. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Entrada de nuevos competidores

En el mercado Guayaquileño la competencia existe o aparecerá en el corto o largo plazo, puede ser directa o indirectamente, por lo que, tratarán de disminuir, acaparar a nuestros consumidores. Es por eso, que Fruit Juice Bars debe posicionarse en el mercado, logrando la fidelidad de sus clientes por medio de sus productos innovadores y una buena campaña de mercadeo.

Rivalidad entre los competidores

Debido al sector donde está ubicada el área de servicio de Fruit Juice Bars, hay una rivalidad alta. Hay negocios que son competencia directa que ya comercializa jugos y batidos naturales y los que se considera competencia relevante ya que se dedican a comercializar productos artificiales y nuestra línea de productos es 100% naturales, frescos y saludables.

Las promociones que a menudo ofrecen estos negocios a un bajo precio podría afectar mucho al consumidor e incentivarse más el producto natural o artificial en cualquiera de sus establecimientos, que preferir optar por los nuestros.

Otro factor que nos afectaría es el amplio capital, experiencia y posicionamiento a la hora de desarrollar un producto nuevo de la misma categoría, esto podría afectar mucho el desempeño de nuestro negocio.

Patentar nuestra marca y proteger nuestras recetas, para evitar inconvenientes de plagio de los mismos, buscando con esto mantener estándares de calidad y el buen nombre de nuestra empresa y productos.

Poder de negociación de los proveedores.

Debido a la alta oferta de frutas (mercados mayoristas, supermercados, mercados locales, fincas fuera de la ciudad y la asociación de vendedores de frutas y hortalizas) se tendrá muchas opciones para saber elegir el mejor precio y nos garanticen la calidad, y, ser más competitivo a la hora de fijar los precios de nuestros productos. La materia prima que utilizamos son frutas frescas 100% ecuatorianas.

Poder de negociación de los compradores

Los potenciales consumidores, tienen un alto grado de decisión en nuestro negocio, por lo que el precio que se establezca y la calidad en nuestros productos naturales; deben ser óptimos y tener las características necesarias para que puedan seguirlo consumiendo.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Nuestra principal amenaza, son las cadenas establecidas, franquicias o industrias que se encuentran en la ciudad, que comercialicen productos sustitutos con nuestro mismo término "Smoothie", pero estos son artificiales, no naturales, por lo que, debemos tener siempre en cuenta los gustos, preferencias y sugerencias de nuestros clientes respecto a nuestros productos, para ganar la fidelidad de los mismos y así ser la primera opción al momento de consumir una bebida deliciosamente saludable. Hay que tener en cuenta que cierta parte de los consumidores deleitan de gustos artificiales, ya que pueden sacar provecho de estas oportunidades y desarrollar estos productos a bajos precios.

2.2.4. ANÁLISIS DE PRECIO

El análisis de los precios de nuestros productos, están en función del costo unitario, por lo que se tomó en consideración todos los gastos administrativos, los precios de la competencia y de operación de los mismos.

En base al análisis correspondiente a las combinaciones de frutas que ofrecen la competencia, Fruit Juice Bars, negocio especializado en la preparación smoothies lanza al mercado 5 líneas de productos, como lo son:

Tabla No. 8

Productos	
Smoothies clásico	\$ 2,80
Smoothies para Consentirte	\$ 2,99
Súper Smoothies	\$ 3,60
Smoothies solo frutas	\$ 2,65
Crushes	\$ 2,90

Elaborado por: autores

2.2.5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Consideramos incursionar en el mercado poco a poco mediante las diferentes estrategias a implementar, para que en el lapso de 1 año, es decir en el corto plazo, expandir con 1 local más tipo isla y así mediante un nivel de ventas reducir los costos operativos.

Un factor importante es la diferenciación con nuestros competidores, ya que la mayoría de los negocios de frutas y restaurantes ofrecen sus productos que no son reconocidos por los clientes como smoothies, por lo que oferta de un producto completo, con un sabor distintivo, garantizará la preferencia del mismo.

Ofrecer a los consumidores potenciales el mejor precio del mercado, acorde con un lugar acogedor, alegre y dinámico.

Que prevalezca la higiene de nuestros productos mediante el compromiso de Fruit Juice Bars con los clientes y proveedores, mediante un manejo de buenas prácticas en la elaboración de alimentos durante el proceso.

Lograr la calidad de los procesos realizados en la operación del negocio.

2.2.6. VENTAJA COMPETITIVA

Ser los pioneros del mercado, posicionando nuestros productos innovadores dentro de la ciudad de Guayaquil. Esto se llevará a cabo mediante la diferenciación de nuestros productos, logrando así la fidelidad de los clientes.

2.2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Sabemos que en el mercado guayaquileño no existe un producto similar como el que ofrece Fruit Juice Bars, a base de frutas naturales, boosters

(suplementos alimenticios), yogurt probiótico, leche de soya o coco, sorbet bajos en grasas etc.

En vista que no se tienen datos históricos del consumo de este nuevo concepto de negocio, se decidió crear los mismos dentro de un lapso de tres meses. Lo que genera una alta expectativa para la venta de nuestros productos, son los 1'800.000 personas aproximadamente que transitan mensualmente en el Mall de Sol, las más de 30 oficinas que hay dentro del hotel como en su exterior y los huéspedes que se alojan en el Hotel Sonesta.

2.2.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Hoy en día las generaciones que buscan tener una vida más sana, buscan productos que sean saludables y nutritivos, por lo que, realizado el estudio de mercado correspondiente introducimos al mercado local por medio de la empresa Fruit Juice Bars. S.A., la comercialización de los smoothies elaborados a base de frutas naturales que puedan satisfacer la demanda del público, grupos o personas interesadas en el consumo de productos naturales.

Hay que tomar en cuenta los factores claves que pueden influenciar en la decisión de compra de los consumidores, como lo es: el servicio rápido y directo, buena calidad, precio y variedad de productos y un ambiente acogedor y agradable.

Asimismo, las personas que transitan en al Mall del Sol, en las que se encuentra personas de todo tipo de edad, incluyendo ambos géneros; cuyas características son las siguientes:

Ejecutivos y personas de negocios: Personas de ingresos solventes, que cuentan con largas y agotadoras jornadas de trabajo, están acostumbrados a saborear alimentos exquisitos y saludables, y están dispuestos a pagar un buen precio por el mismo.

Deportistas: Personas que más allá de conservar su figura, buscan estar saludables y disfrutan del deporte. Suelen practicar uno o varios deportes de forma continua, ya sea profesionalmente o como hobby o suelen asistir al gimnasio de 3 a 4 veces por semana.

Personas Vanidosas: Aquellas personas que les gusta mantener su cuerpo de una manera armoniosa, bien sea para sentirte bien consigo mismo o porque su trabajo lo exige. Pueden encontrarse entre estas personas de altos cargos, modelos y actores.

Personas que cuidan su salud: Aquellas personas que son conscientes del cuidado que deben tener con su cuerpo para que este se encuentre saludable y no presente problemas ni a corto ni a largo plazo. También se encuentran aquí personas que por razones médicas tienen restringidas el consumo de azúcar y grasas, también personas vegetarianas.

Personas creativas y de mente: personas a las cuales les gusta explorar nuevas posibilidades, les gusta probar nuevos sabores y combinaciones y les gusta tomar riesgos

Proyección de la Demanda

La demanda anual es de 21'600.000 personas que transitan en el Mall del Sol, por lo que podrían ser nuestros futuros consumidores de nuestros productos, de igual forma se presenta los resultados para la demanda mensual y diaria:

Tabla No. 9

DEMANDAS CLASIFICADAS	
DEMANDA ANUAL	21.600.000
DEMANDA MENSUAL	1.800.000
DEMANDA DIARIA	60.000

Elaborado por: autores

Fuente: Registros del Mall del Sol

Tabla No. 10

DEMANDAS ANUAL PROYECTADA					
AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
DEMANDA ANUAL	21.600.000	22.680.000	23.814.000	25.004.700	26.254.935

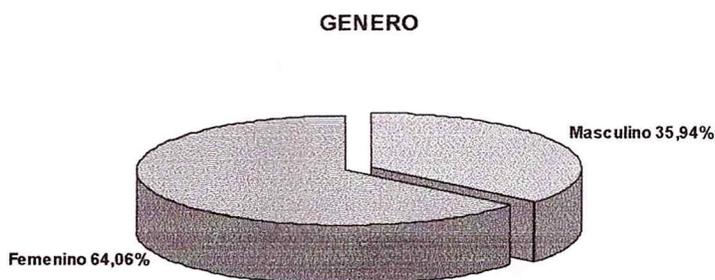
Elaborado por: autores

2.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICOS.

2.3.1. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Según el análisis del resultado de la Metodología Descriptiva se realizó la encuesta a 384 personas en diferentes partes de la ciudad, como por ejemplo: Universidad de Guayaquil, Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Universidad ECOTEG, Parque de la Kennedy, las cuales por motivo de trabajo, estudio o ejercicios se encuentran en la zona.

De los encuestados que consumirían un producto natural que reemplace alguna comida básica el 52,80% dijo que es excelente.

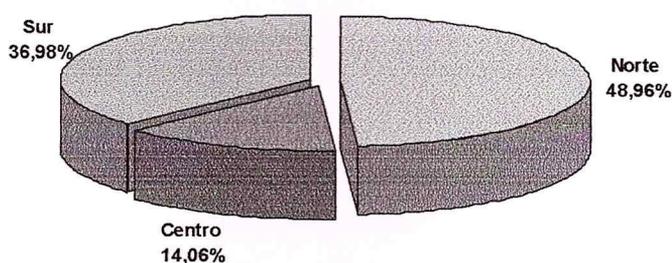


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

En los datos arrojados por la encuesta, la muestra estuvo dividida entre 246 personas del género femenino que equivale al 64.06% y 138 del masculino equivalente al 35.94%.

¿En qué sector de la ciudad vive usted

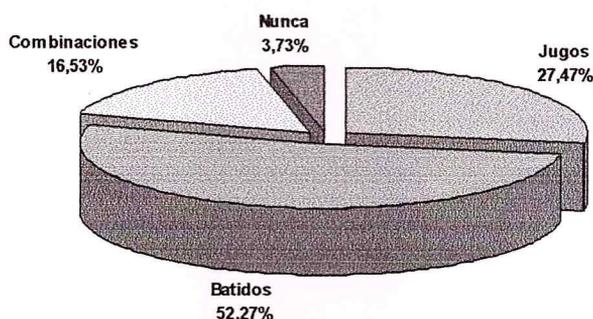


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

La muestra arroja que 188 personas viven en el norte de la ciudad equivale al 48.96%, 54 en el centro el 14.06% y 142 en el sur y equivale el 36.98%.

¿De qué modo consume las frutas?

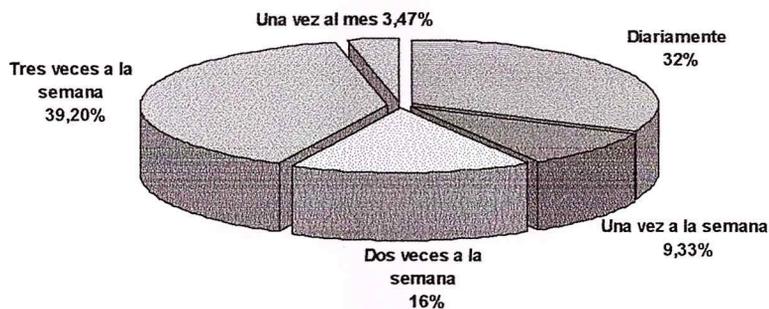


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

De todos los encuestados gustan de los batidos el 52,27%, de los jugos el 27,47%, de las combinaciones 16,53% y los que nunca han consumido fruta son el 3,73%; estos datos son muy importantes para garantizar el consumo de nuestros productos entre nuestros consumidores.

¿Con qué frecuencia usted consume estos productos?

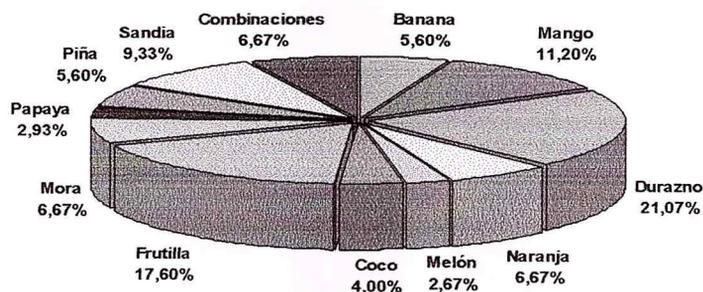


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

Según nuestros encuestados la frecuencia con que consumen las frutas varía según sus gustos que pueden ser: diariamente 32%, dos veces a la semana 16%, una vez a la semana 9.33%, tres veces a la semana 39.20% y una vez al mes 3.47%, esto nos demuestra que las personas si incorporan en su dieta diaria las frutas.

¿Cuál es su fruta favorita?

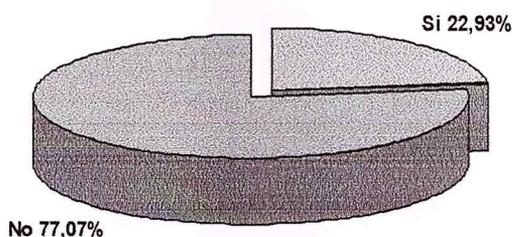


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

Notamos cuando se hizo la pregunta a los encuestados de qué frutas preferían, la de mayor acogida fueron el durazno, frutilla, mango y la sandía; seguidas por las combinaciones (6,67%) entre las que sugirieron: a) durazno con frutilla, b) naranja con frutilla y c) frutilla con mora; naranja y mora; y en menor proporción fueron la banana, piña, coco, papaya y melón.

¿Sabe usted lo que es un smoothie?

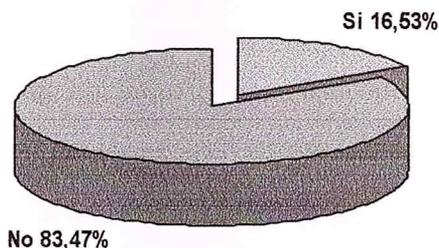


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

El 77,07% (289 personas) no saben que es un smoothie y el 22,93% si saben que equivale a 86 encuestados.

¿Has consumido usted smoothies de frutas naturales?

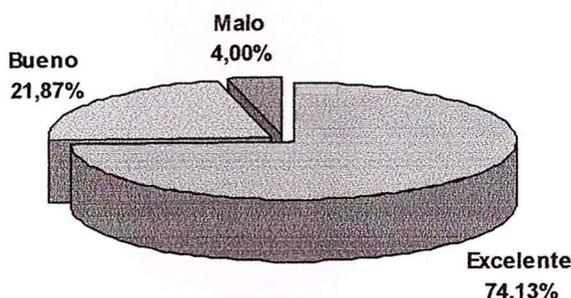


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

Mientras sólo el 16,53% si ha consumido smoothie de frutas naturales y el 83,47% no.

¿Qué opina usted de que haya un local moderno que se especialice en la comercialización de los smoothies?

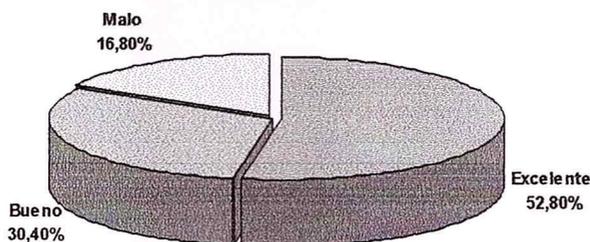


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

La opinión de nuestros encuestados sobre si hubiera un local donde se comercialice estos productos son los siguientes: Bueno 21.87%, Malo 4% y Excelente 74.13%, esto significa a las personas si les gusta un lugar que se especialice en nuestros productos como son los smoothies.

¿Cuál es su opinión de que el smoothie reemplace de manera natural y nutritiva alguna comida básica?

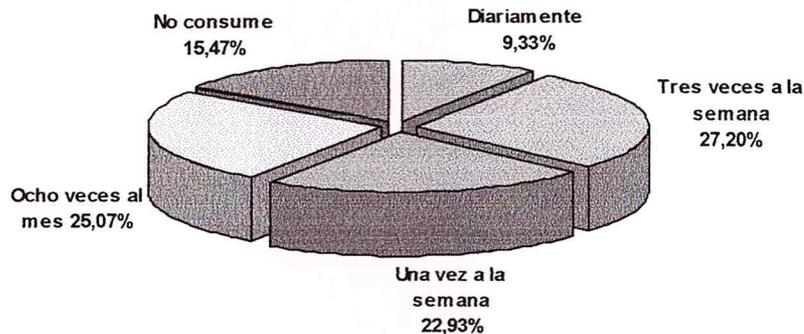


Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

Según nuestros encuestados sería excelente 52.8% que un productos como el smoothie reemplace una de las tres comidas básica, mientras el 30.4% dijeron que sería bueno, pero solo el 16.8% indicaron que es mal, ya que no les convenció que un producto sean tan nutritivo.

¿Cuál sería su consumo si los smoothies tuvieran energizantes (para personas que trabajan), para ganar masa muscular (personas que hacen ejercicios) y adelgazantes (personas que lo incorporan a su dieta) naturales?



Elaborado: Autores

Fuente: Parque de la Kennedy, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil.

2.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

En base a la investigación realizada por parte de los autores, vemos que uno de los principales problemas en la sociedad ecuatoriana es el sobrepeso y obesidad, las cifras muestran una tasa de obesidad para el año 2010, del 44% para los hombres y el 55% para las mujeres, además, 14 de cada cien niños de edad escolar y 22 de cada cien adolescentes en áreas urbanas presentan este tipo de problema.

Esto se debe al consumo excesivo de comida rápida (chatarra), que va en contra del cuidado de la figura corporal, implica ingerir más calorías necesarias para el cuerpo que se almacena en forma de grasa o triglicéridos, aparte de ser elaboradas con ingredientes artificiales no brindan los nutrientes ni las proteínas necesarias y las personas tienen un riesgo alto de sufrir enfermedades como colesterol, diabetes, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y problemas gastrointestinales.

La comida rápida por lo general contiene grandes cantidades de sodio, grasas saturadas y azúcares de rápida absorción, además de poseer escaso valor nutricional. **(Véase anexo Comida Chatarra Camino a la Obesidad).**

En base a lo expuesto, creemos que si hay una vinculación entre la comida rápida (chatarra) y el desarrollo de la obesidad.

También el incremento que ha tenido los jugos industrializados, colas o refrescos que contienen, preservantes, colorantes y saborizantes, en nuestra sociedad ecuatoriana, afectan a la salud.

Los jugos con preservantes, colorantes y saborizantes pueden llegar a trastornar la función del intestino causando diarrea en algunas personas, además, repercuten en el aumento de calorías en el organismo y también comienzan a hacer reacción de tipo alérgica que no permite el buen funcionamiento intestinal.

En las bebidas como las colas o refrescos, son los niños y adolescentes quienes más lo consumen y ellos son los más propensos a sus efectos nocivos. Hay personas que creen que tomándose una cola light, podrán evitar algunas repercusiones, por lo que, es importante señalar que el consumo excesivo de azúcar sintética provoca daños cerebrales, pérdida de memoria y confusión mental. La sustancia que provoca estas afecciones se llama aspartamo y sostiene que podría contribuir al desarrollo de Alzheimer, daños en la retina y sistema nervioso.

En base a lo expuesto, creemos que el consumo de este tipo de bebidas si afectan a la salud de las personas.

Las personas que llevan un estilo de vida saludable, han incorporado a su alimentación y vida diaria las frutas y verduras, porque les proporcionan mucha vitamina y minerales, contienen pocas calorías y un alto porcentaje en agua. Además, una dieta rica en frutas y algo de verduras pueden prevenir algunas enfermedades como son: la obesidad, estreñimiento, ataques al corazón, hipertensión y cáncer.

Las frutas ayudan a la digestión, elimina las toxinas de nuestro organismo y tienen propiedades antioxidantes, que para el consumo siempre son muy apetecibles, además de ser hidratantes y sabrosas.

Las frutas juegan un papel muy trascendental en el equilibrio de la dieta humana por sus cualidades nutritivas. Por lo que, la ración recomendada es de 3 a 4 piezas diarias y permitirá los requerimientos diarios de vitaminas y minerales; además de una dosis extra de vitalidad que será bien agradecida por nuestro organismo.

En base a lo anterior, creemos que las personas pueden controlar su peso mediante la incorporación de frutas a su vida diaria.

Como resultado, y en base a las investigaciones realizadas, vemos que si hay viabilidad de que los smoothies es una bebida que beneficia al organismo y mejora la salud. A continuación lo explicamos:

Todas las personas desde que éramos niños, nos enseñaron lo importante que es comer frutas para mantener el organismo funcionando adecuadamente; ya que sería difícil encontrar una fruta que no esté lleno de todos los nutrientes naturales y saludables, que no sólo son de buen gusto, sino beneficiosos para nosotros. Una forma de disfrutar de todos los nutrientes de casi todos los tipos de frutas, es con un batido (smoothie) de frutas naturales, ya que es el refuerzo más orgánico y natural que se puede tener todos los días.

Los smoothies son una excelente manera de mejorar su salud, ya que son una manera excelente de obtener las vitaminas y minerales necesarios en su dieta que la mayoría de nosotros carecemos.

Los smoothies (batidos de frutas) son ricos en vitaminas y minerales. Aparte de los suplementos nutricionales, pueden proporcionar a su cuerpo sus necesidades diarias de vitaminas y minerales bebiendo un smoothie; como por ejemplo: los smoothies que contienen naranja y fresas son ricos en vitaminas C y los que llevan mango, durazno y banana son una fuente de potasio.

Los smoothies por estar elaborados con frutas 100% naturales, son ricos en antioxidantes, enzimas y nutrientes que reparan (nutre y limpia nuestro sistema), en fibra, además, ayudan a limpiar el tracto digestivo y el colon, también ayudan a eliminar las toxinas que se acumulan en nuestros cuerpos. Por ejemplo, cuando usted está en un programa de desintoxicación tiene que recibir altos niveles de antioxidantes, fibra, vitaminas y minerales; en estos programas es más aceptable cuando se utilizan productos naturales, que la que presenta los productos químicos comerciales en el sistema digestivo

Los smoothies son ricos e antioxidantes. Puede optimizar la fuerza nutricional de un smoothie al combinar el poder de varias frutas, de esta manera, se puede maximizar la cantidad de antioxidantes de alta calidad que se puede tomar. Los antioxidantes son sustancias naturales en las frutas que ayudan a proteger el cuerpo contra los radicales libres, que aceleran la degradación de las células. Los antioxidantes se cree que ayuda a prevenir una serie de enfermedades, incluyendo el cáncer.

Los smoothies son ricos en fibra. La fibra es necesaria para la digestión saludable y para la limpieza del sistema digestivo. Los alimentos ricos en fibras también ayudarán a evitar estar comiendo constantemente, ya que absorben más agua y ayuda a hacer que se sienta lleno por más tiempo.

Los smoothies al combinarlo con otros alimentos para hacerlos más saludables. Debido a que las frutas naturales tienen buen gusto y sabor, puede disimular el sabor suave de otros elementos nutritivos al mezclarlos en la licuadora, por ejemplo, la leche de soya no es de gran sabor, pero rica en proteínas, lo cual es esencial para la regeneración de los tejidos del cuerpo y la formación de músculos. Para el bienestar de su cuerpo y su mente, recuerde agregar a su dieta tan pronto como sean posibles los batidos saludables conocidos también como smoothies. En realidad son bebidas refrescantes no solo por su buen gusto, sino que son buenos para usted.

Es preciso señalar, que los smoothies son avalados por las organizaciones médicas como una buena forma de tener un complemento alimenticio, ya que estas bebidas tienen una alta dosis de proteínas, nutrientes y vitaminas beneficiosas para el organismo. Son además una fuente de energía que sin necesidad de gastar mucho tiempo se puede obtener.

La U.S. Dietary Guidelines⁵, advierte que solo son realmente beneficiosos si son naturales en un 100% lo que indica que además de tener componentes naturales también deben tener unas condiciones de elaboración precisa. Estas bebidas cumplen con las 3 porciones recomendadas para el caso de las frutas; es decir, un solo batido sustituye las raciones de frutas del día.

5.- Guía Alimentaria para los Estados Unidos, provee evidencia basada en la información nutricional y consejos para las personas. Sirven como base para alimentos y programas federales de educación nutricional

CAPITULO 3: CREACIÓN DE LA EMPRESA

3.3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se evaluó la ubicación, capacidad del lugar, el proceso de la elaboración de los smoothies naturales con sus ingredientes o materias primas, costos de producción, mano de obra y requerimientos necesarios para la elaboración y comercialización de los smoothies en el mercado guayaquileño.

Localización

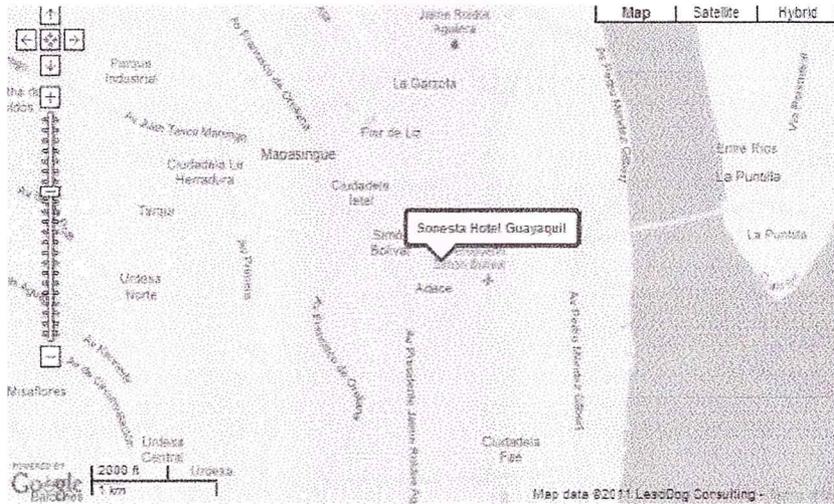
Fruit Juice Bars se ubicará en la ciudad de Guayaquil en el área comercial del Hotel Sonesta & Shopping anexo al Mall del Sol, por ser un sitio estratégico con mucha afluencia diaria.

Figura No. 3



Mapa de localización del Negocio

Figura No. 4

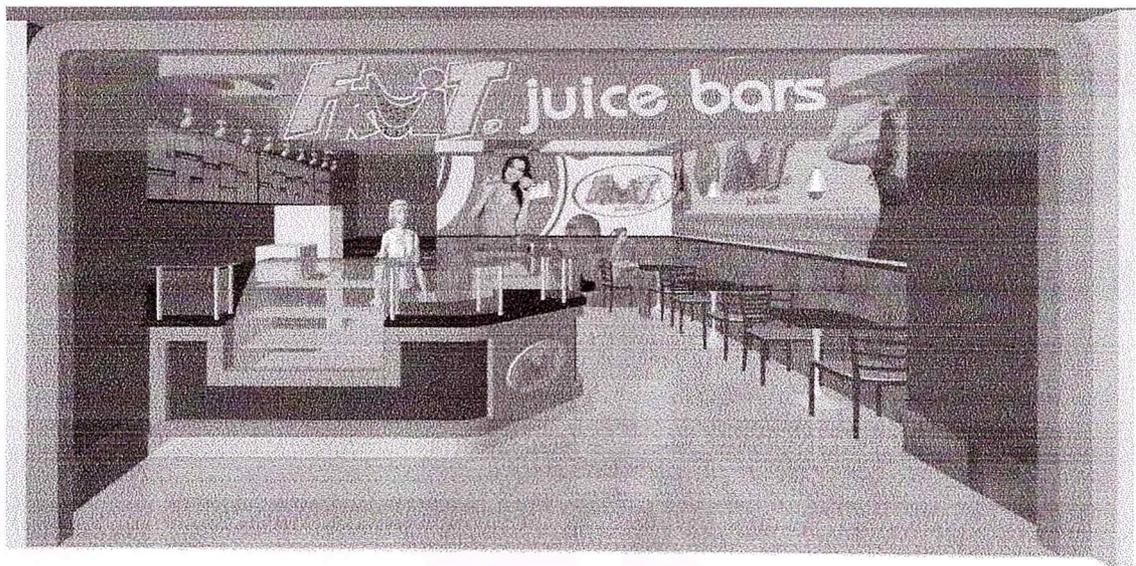


Capacidad Instalada del negocio

Fruit Juice Bars tiene una extensión de 45m^2 , tres mesas de tres sillas cada una y una barra de tres sillas. Es un local moderno que ofrece un ambiente acogedor que permitirá a los consumidores socializar y compartir, y, acoge un estimado de 12 personas. El ritmo de producción tendrá una variación dependiendo la cantidad de personas que visiten el establecimiento.

Diseño del negocio

Figura No. 5



Definición del producto

Los Smoothies es una mezcla espesa de frutas hecha a base de ingredientes naturales, generalmente frutas y zumos, también pueden incluir chocolate, leche, leche de soya, jugo de coco, yogurt probiótico, helado bajo en grasa, té verde y suplementos alimenticios y vitamínicos ricos en proteínas. Algunos utilizan hielo o la fruta congelada, por lo que, su consistencia es más gruesa que las bebidas frías o congeladas como los granizados.

Flujo del proceso para la elaboración y comercialización de los smoothies

Este proceso se toma desde el momento en que la fruta llega al establecimiento hasta que el producto es finalizado y entregado al consumidor final.

Recibo: Se recibe la materia prima en el establecimiento. Esto es frutas (lavada y desinfectada), lácteos y aditivos u otros ingrediente (30 min).

Almacenamiento: Colocación de la materia prima en gavetas destinadas para las frutas u otros materiales (5min).

Pelado: Pelado de la fruta (3 min).

Cortado: Cortado de la fruta (1min).

Distribución: Se pone la fruta en la frutera y otras al congelador (1 min)

Colocación: Colocar la fruta indicada en la licuadora. (30 seg).

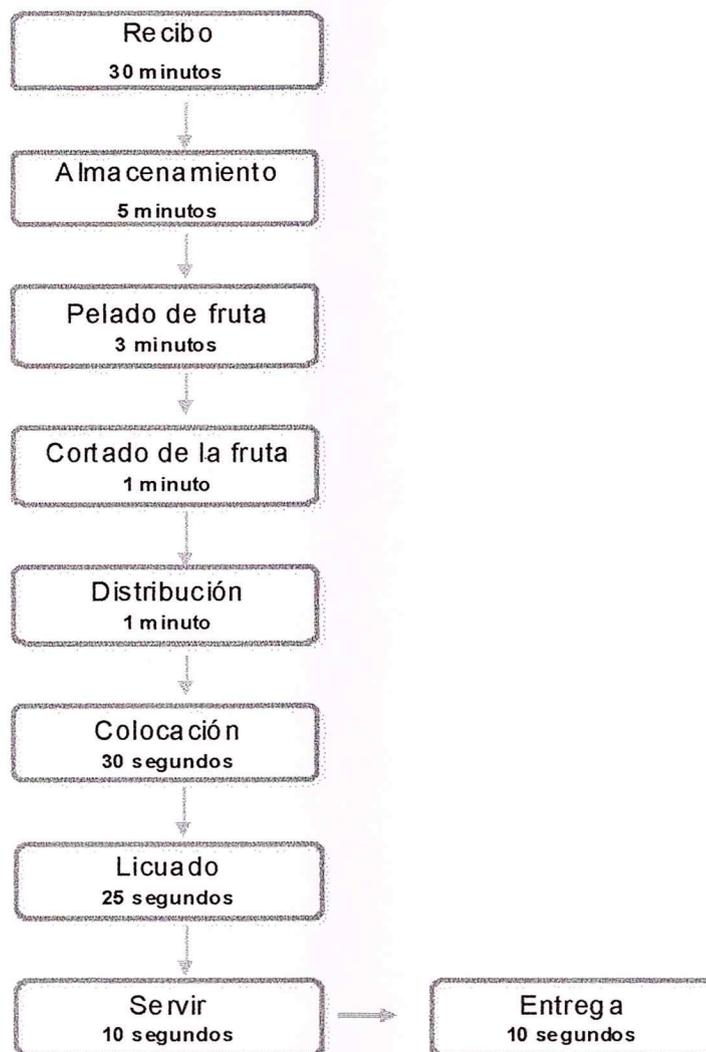
Licuada: Licuar las frutas e ingredientes (25 seg).

Servir: Colocación del licuado en el vaso solicitado (10 seg).

Entrega: Se entrega el pedido al consumidor final (10 seg).

Flujograma del Proceso

Tabla No. 11

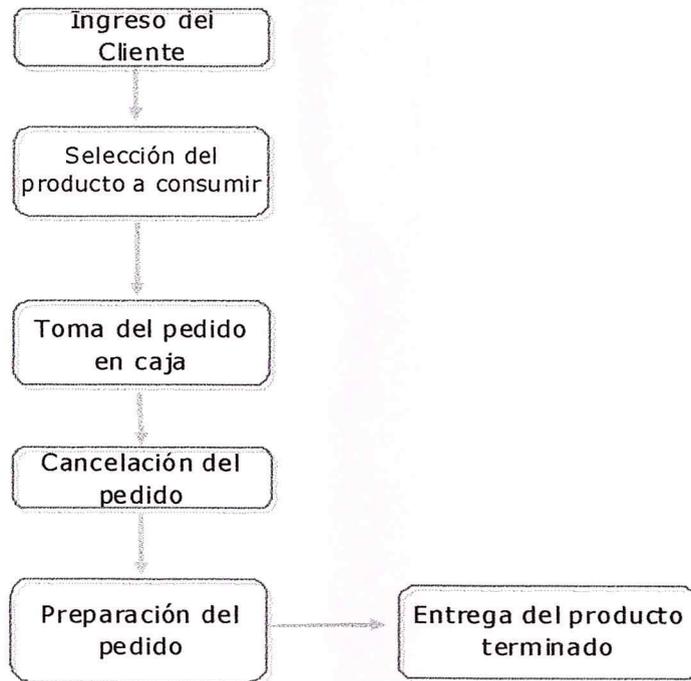


Elaborado por: autores

Flujograma del Servicio al cliente

El cliente al ingresar al local será atendido con amabilidad y con un saludo cordial por parte del equipo de colaboradores. El cliente seleccionará el producto que va a consumir y se acercará a la caja en donde se le tomará y cancelará el pedido, luego los manipuladores en ventas prepararán el pedido, para luego entregar el producto terminado, recalando que la atención en Fruit Juice Bars será de primera.

Tabla No. 12

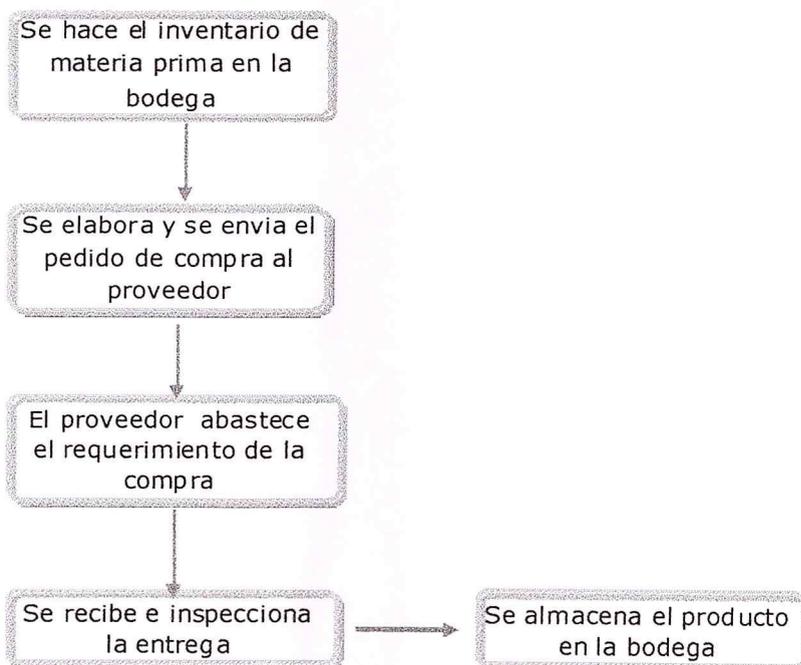


Elaborado por: autores

Flujograma de abastecimiento de materia prima

El administrador del local será el encargado del inventario de la materia prima en la bodega y de hacer el informe de reposición a la gerencia.

Tabla No. 13



Elaborado por: autores

3.3.1. REQUERIMIENTOS DEL NEGOCIO

Equipos, muebles y enseres y utensilios

Los equipos, muebles y utensilios necesarios en la elaboración de los productos que ofrecemos serán nuevos, excepto por el televisor de 42 pulgadas que es donado por un accionista.

Los siguientes cuadros muestran las cantidades de equipos, muebles y enseres a invertir, su costo unitario y su costo total.

a) Equipos

Tabla No. 14

EQUIPOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.UNIT.	C.TOTAL
2	Licadoras marca VITAMIX, modelo BLENDING STATION ADVANCE	1.577,12	3.154,24
1	Juguera refrigeraa de 3 pozos 18 ltrs.	1.539,46	1.539,46
1	Extractor de cítricos de frutas modelo ZJ-1F	560,00	560,00
1	Exprimidor de cítricos 1/4HP/110/15	165,00	165,00
1	Enfriador Haceb RVC 10 11' blanco	753,13	753,13
1	Frutera de 9 bandejas de 1/3 con cúpula de vidrio curvo	1.800,00	1.800,00
1	Vitrina refrigerante para potes de sal y dulce	1.200,00	1.200,00
1	Sanduchera Opcional Panini	1.096,36	1.096,36
1	Congelador BOSH de 12 pies	581,04	581,04
1	Equipo de frío y caliente	680,00	680,00
1	Amplificador de Sonido	176,88	176,88
2	Parlantes de tumbado	9,85	19,70
1	Detector de Humo	40,00	40,00
1	Caja Registradora	840,00	840,00
1	Teléfono	35,00	35,00
TOTAL DE EQUIPOS		11.053,84	12.640,81

Elaborado por: autores

Los equipos a utilizar se les realizarán mantenimiento cada 2 años.

Depreciación de la Maquinaria

Tabla No. 15

EQUIPOS	VIDA UTIL
Licadoras	3
Juguera	5
Extractor de cítricos	3
Exprimidor de cítricos	3
Enfriador	5
Frutera	5
Vitrina refrigerante	5
Sanduchera	3
Congelador	5
Equipo de frío y caliente	5
Amplificador de Sonido	5
Parlantes de tumbado	3
Caja Registradora	3

Elaborado por: autores

b) Muebles

Tabla No. 16

CANTIDAD	DESCRIPCION	C.UNIT.	C.TOTAL
6	Sillas para bar niqueladas	75,20	451,20
9	Sillas para mesa de madera	106,67	960,00
3	bases metálicas para mesas	106,40	319,20
1	Mueble para atención del local	3.008,48	3.008,48
1	Mueble de basura	260,00	260,00
TOTAL DE MUEBLES		3.556,75	4.998,88

Elaborado por: autores

c) Utensilios

Tabla No. 17

CANTIDAD	DESCRIPCION	C.UNIT.	C.TOTAL
4	cuchillos	3,75	15,00
1	Vaso 48OZ. (licuadora)	147,01	147,01
15	Bandejas de autoservicio plásticas	3,57	53,55
4	Jarras	1,05	4,20
1	Jarra medidoras	1,14	1,14
2	Cuchara para mezclar	1,06	2,11
1	cuchara para helado	1,99	1,99
5	cuchara medidoras	2,46	12,30
3	Moldes para tortas	4,39	13,18
2	Tabla de picar	4,20	8,40
4	Recipientes	2,30	9,20
3	Cernidora	0,80	2,40
2	Pomo para salsas	1,50	3,00
6	Bandejas con tapa	1,75	10,50
TOTAL UTENSILIOS		176,97	283,98

Elaborado por: autores

Materiales

La materia prima que se utiliza varía de acuerdo a la preparación de los productos del menú de Fruit Juice Bars. El costo de los mismos incluirá concesión, alquiler, servicios de administración, mantenimiento y promoción, servicios básicos (agua, luz y Teléfono), mano de obra, otros gastos y sus respectivos insumos.

a) Materia Prima

Tabla No.18

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT.
Manzana	30	0,20	6,00
Sandia	8	1,50	12,00
Mango	16	1,00	16,00
Banano	200	0,05	10,00
Naranja	500	0,05	25,00
Piña	20	1,50	30,00
Limon	15	0,05	0,75
Durazno	20	1,85	37,00
Mora (libra)	15	1,50	22,50
fresas (libra)	30	1,00	30,00
Zanahoria (libra)	75	0,45	33,75
Toronja	10	0,13	1,25
Kiwi	10	0,25	2,50
Coco	10	1,00	10,00
Remolacha (libra)	25	0,45	11,25
Apio	3	0,80	2,40
Crema chantilli	6	6,00	36,00
yogurt	50	2,90	145,00
helado	16	2,50	40,00
leche	24	1,34	32,16
pan	30	0,6	18,00
supan	35	1,55	54,25
quezo mozzarella	50	2,65	132,50
mayonesa	15	2,34	35,10
atun	20	1,5	30,00
pollo	20	2,1	42,00
carne	20	2,9	58,00
leche condensada	6	3,25	19,50
hielo	300	0,70	210,00
jarabe de chocolate	8	2,35	18,80
azucar 2kg.	100	2,10	210,00
Café	3	2,00	6,00
Leche de soya	8	1,85	14,80
		50,41	1352,51

Elaborado por: autores

b) Materiales directos

Los materiales directos son aquellos que pueden identificarse con la producción de un artículo terminado, y pueden asociarse fácilmente al producto y que representa un costo importante del producto terminado.

Tabla No. 19

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	C.TOTAL
10.000	Vasos 12oz. en cartón laminado	0,06	648,96
10.000	Vasos 16oz. en cartón laminado	0,07	687,84
10.000	Vasos 22oz. en cartón laminado	0,07	737,44
1.000	Tapas plásticas para vasos de 12 oz.	0,02	23,52
1.000	Tapas plásticas para vasos de 16oz y 22 oz	0,02	23,52
204	Estuche transparente DEL16 A133	0,20	40,56
200	Estuche transparente DEL13 A246	0,18	36,48
1200	Sorbete de papel 8	0,01	8,09
2	Fody Body	25,00	50,00
1	Digestan	7,00	7,00
1	enerizante Gimsey	28,72	28,72
100	sorbetes 10 1/2	0,02	1,50
100	servilletas	0,01	0,85
100	Tenedores	0,01	0,90
100	Fundas plásticas No.5	0,01	1,40
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS		61,41	2.296,78

Elaborado por: autores

c) Otros Materiales Directos

Se refiere a la ropa de trabajo que van a utilizar los manipuladores en ventas, como norma de higiene.

Tabla No. 20

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Uniformes	8	30,00	240,00
TOTAL UNIFORMES	8	30,00	240,00

Elaborado por: autores

Los uniformes de trabajo son para los cuatro manipuladores en ventas o baristas, constan de una camiseta, un calentador, una gorra, un delantal, un gorro para el pelo y guantes. Se entregarán 2 uniformes trimestralmente y 8 anualmente a cada uno.

Suministros de oficina

Los suministros serán utilizados para la parte administrativa.

Tabla No. 21

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C.UNIT.	C.TOTAL
1	Resma de papel	4,25	4,25
1	grapadora	3,00	3,00
1	perforadora	2,50	2,50
1	sacagrapa	1,05	1,05
1	libreta	0,70	0,70
12	bolígrafos (unidades)	4,85	4,85
1	file	2,20	2,20
100	clip (unidades)	1,05	1,05
1000	grapapas (unidades)	1,00	1,00
TOTAL DE SUMINISTROS OFICINA		20,60	20,60

Elaborado por: autores

Útiles de limpieza

Estos útiles se utilizarán para el funcionamiento del local.

Tabla No. 22

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C.UNIT.	C.TOTAL
1	trapeador	3,50	3,50
1	escoba	2,00	2,00
1	tacho para basura	6,00	6,00
1	esponja lavaplatos	1,05	1,05
1	fundas para basura	1,00	1,00
1	desinfectante	2,30	2,30
1	franelas o toallas	2,50	2,50
1	ambientadores	2,30	2,30
1	detergente	2,80	2,80
1	jabón	2,10	2,10
1	recogedor de basura	3,50	3,50
TOTAL DE UTILES DE LIMPIEZA		29,05	29,05

Elaborado por: autores

Recursos Humano

Es todo el personal que trabaja directamente o indirectamente en la empresa.

Tabla No. 23

CANTIDAD	CARGO	M. Q. D.	MOI.
1	Gerente		x
1	Administrador		x
1	Manipuladores en ventas	x	

Elaborado por: autores

Costos Variables

Estos costos varían de acuerdo con los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de unidades vendidas; como por ejemplo, los costos incurridos en materia prima.

Tabla No.24

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO TOTAL
Manzana	30	0,20	6,00
Sandía	8	1,50	12,00
Mango	16	1,00	16,00
Banano	200	0,05	10,00
Naranja	500	0,05	25,00
Piña	20	1,50	30,00
Limon	15	0,05	0,75
Durazno (lata)	20	1,85	37,00
Mora (libra)	15	1,50	22,50
fresas (libra)	30	1,00	30,00
Zanahoria (libra)	75	0,45	33,75
Toronja	10	0,13	1,25
Kiwi	10	0,25	2,50
Coco	10	1,00	10,00
Remolacha (libra)	25	0,45	11,25
Apio	3	0,80	2,40
leche	6	6,00	36,00
pan	50	2,90	145,00
supan	16	2,50	40,00
quezo mozzarella	24	1,34	32,16
mayonesa	30	0,6	18,00
atun	35	1,55	54,25
pollo	50	2,65	132,50
carne	15	2,34	35,10
Crema chantilli	20	1,5	30,00
yogurt	20	2,1	42,00
helado	20	2,9	58,00
leche condensada	6	3,25	19,50
hielo	300	0,70	210,00
jarabe de chocolate	8	2,35	18,80
azucar 2kg.	100	2,10	210,00
Café	3	2,00	6,00
Leche de soya	8	1,85	14,80
TOTAL		50,41	1.352,51
COSTO VARIABLE UNITARIO			0,84
VOLUMEN MENSUAL			1.604

Elaborado por: autores

Proyección de los costos variables

Tabla No.25

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
C.Variable Unit.	0,84	0,84	0,84	0,84	0,84
No. Productos	19.248,00	20.210,40	21.220,92	22.281,97	23.396,06
TOTAL C.VARIABLE	16.230,12	17.041,63	17.893,71	18.788,39	19.727,81

Elaborado por: autores

Costos fijos

Son aquellos valores que no dependen de la producción o del nivel de ventas; estos costos los tenemos que financiar de nuestro patrimonio. Los valores asignados se harán mensualmente.

Tabla No.26

COSTOS FIJOS MENSUALES	PRECIO
Concesión	772,80
Arriendo Local	1.260,00
Servicios Administracion	226,80
Fumigación	40,00
Servicios Básicos	300,00
Sueldos	1.200,00
Suministros Oficina	20,00
Publicidad	1.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS	4.819,60

Elaborado por: autores

3.4. ESTADO FINANCIERO

Para evaluar la viabilidad de un proyecto los indicadores más utilizados son, el Valor Actual Neto (VAN), tasa interna de Retorno (TIR), Punto de Equilibrio, el Periodo de recuperación de la Inversión, entre otros.

Estos indicadores nos permiten obtener la información sobre la rentabilidad que podamos tener en nuestro proyecto de inversión.

Objetivos

Determinar el costo de las inversiones que serán necesarias para el negocio.

Definir los costos necesarios para el funcionamiento del negocio durante la etapa de operación.

3.4.1. INVERSIÓN INICIAL

Son los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial. El monto de inversión es de US\$50.000,00 del cual el 100% será financiado por los accionistas.

Activos Fijos o Tangibles

La inversión en los activos fijos son aquellos que se emplean en el apoyo para el funcionamiento del proyecto.

Tabla No.27

ACTIVOS FIJOS	COSTO TOTAL
Maquinarias y Equipos	12.640,81
Muebles de Oficina	4.998,88
Utensilios de Oficina	283,98
Adecuación del local	11.000,00
(-) Depreciación de activos	3.291,20
TOTAL ACTIVOS FIJOS	28.923,67

Elaborado por: autores

Depreciación de activos fijos

Tabla No. 28

EQUIPOS	VIDA UTIL	UNIDADES	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
Licuadoras	3	2	1.577,12	3.154,24	1.051,41
Juguera	5	1	1.539,46	1.539,46	307,89
Extractor de cítricos	3	1	560,00	560,00	186,67
Exprimidor de cítricos	3	1	165,00	165,00	55,00
Enfriador	5	1	753,13	753,13	150,63
Frutera	5	1	1.800,00	1.800,00	360,00
Vitrina refrigerante	5	1	1.200,00	1.200,00	240,00
Sanduchera	3	1	1.096,36	1.096,36	365,45
Congelador	5	1	581,04	581,04	116,21
Equipo de frío y caliente	5	1	680,00	680,00	136,00
Amplificador de Sonido	5	1	176,88	176,88	35,38
Parlantes de tumbado	3	2	9,85	19,70	6,57
Caja Registradora	3	1	840,00	840,00	280,00
TOTAL MAQUINARIA		15		\$ 12.565,81	\$ 3.291,20

Elaborado por: autores

Activos diferidos o Intangibles

Son todos los gastos legales y publicidad que tiene que incurrir la empresa para estar legalmente constituida y pueda ponerse en funcionamiento

Tabla No.29

ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES	COSTO TOTAL
Gastos de constitución	1.700,00
Permisos de Funcionamiento	500,00
Publicidad	1.000,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	3.200,00

Elaborado por: autores

Amortización de activos diferidos

Tabla No. 30

ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	1.700,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00
Permisos de Funcionamiento	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Publicidad	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	3.200,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00

Elaborado por: autores

Otros Activos

Son aquellos activos que la organización tiene que utilizar para llevar a cabo sus actividades.

Tabla No.31

OTROS ACTIVOS	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Uniformes	240,00	960,00
Suministros Oficina	20,60	247,20
Suministros de Limpieza	29,05	348,60
TOTAL OTROS ACTIVOS	289,65	1.555,80

Elaborado por: autores

3.4.2. CAPITAL DE TRABAJO

Es el recurso económico destinado para el funcionamiento inicial y permanente del negocio. Es de vital importancia calcularlo para financiar los desfases de caja que pueden presentarse durante el mismo.

Tabla No. 32

DESCRIPCION	VALOR
Costos Fijos	57.835,20
Costos Variables	17.556,24
Ciclo Productivo	90,00
No. De días	365,00
TOTAL CAPITAL TRABAJO	18.589,67

Elaborado por: autores

3.4.3. FLUJO DE CAJA

Este flujo determina los valores correspondientes a las entradas y salidas de efectivo, que ha tenido o puede tener en un periodo determinado. Esta información es útil para medir la rentabilidad del negocio.

Tabla No. 33

DESCRIPCIÓN	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ingresos		108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68
TOTAL INGRESOS		108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68
Costos Fijos		57.835,20	60.263,28	53.539,16	56.216,12	59.026,93
Costos Variables		16.230,12	17.041,63	17.893,71	18.788,39	19.727,81
Depreciación		3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20
Amortización Intangible		640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
TOTAL DE GASTOS		77.996,52	81.236,11	75.364,07	78.935,72	82.685,94
UTILIDAD BRUTA		30.003,48	32.163,89	43.705,93	46.087,78	48.588,73
15% Trabajadores		4.500,52	4.824,58	6.555,89	6.913,17	7.288,31
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS		25.502,96	27.339,31	37.150,04	39.174,62	41.300,42
25% Imppto. Renta		6.375,74	6.834,83	9.287,51	9.793,65	10.325,11
UTILIDAD NETA		19.127,22	20.504,48	27.862,53	29.380,96	30.975,32
Depreciación		3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20
Amortización Intangible		640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Inversión Inicial	-32.413,32	-	-	-	-	-
Inversión Capital de Trabajo	-18.589,67	-	-	-	-	-
Recuperación Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	18.589,67
FLUJO DE CAJA	-51.002,99	23.058,42	24.435,68	31.793,73	33.312,16	53.496,19

Elaborado por: autores

3.4.4. ESTADO DE RESULTADOS O PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Se muestra los ingresos, egresos y utilidades, que genera el negocio durante su vida útil en periodos anuales.

Tabla No. 34

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
VENTAS	108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68
(-) Costo Variable	39.223,38	41.184,55	43.243,78	45.405,97	47.676,27
Mano de Obra Directa	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
Materia Prima	16.230,12	17.041,63	17.893,71	18.788,39	19.727,81
Materiales Directos	8.353,26	8.770,92	9.209,47	9.669,94	10.153,44
Otros Materiales	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
UTILIDAD BRUTA	68.776,62	72.215,45	75.826,22	79.617,53	83.598,41
(-) Gastos Administrativos	20.719,80	23.854,23	24.850,38	25.896,34	26.994,60
Mano de Obra Indirecta	12.600,00	15.525,00	16.301,25	17.116,31	17.972,13
Servicios Básicos	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Suministros Oficina	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Suministros de Limpieza	348,60	366,03	384,33	403,55	423,73
Depreciación Activos Fijos	3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20
Amortización de Activos Diferidos	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
(-) Gastos de Publicidad	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Publicidad	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	36.056,82	35.761,22	37.745,84	39.829,69	42.017,74
(-) 15% Trabajadores	5.408,52	5.364,18	5.661,88	5.974,45	6.302,66
UTILIDAD ANTES DE IMPTO. RENTA	30.648,29	30.397,03	32.083,96	33.855,24	35.715,07
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	7.662,07	7.599,26	8.020,99	8.463,81	8.928,77
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	22.986,22	22.797,78	24.062,97	25.391,43	26.786,31

3

Elaborado por: autores

4.5. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL O BALANCE GENERAL

Es el cuadro organizado de valores que muestra la situación financiera de la empresa al inicio de las actividades comerciales. Incluyen todos los activos, pasivos y patrimonio.

Tabla No. 35

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes	18.589,67	34.024,56	41.320,65	41.643,97	44.671,45	47.850,28
Caja - Bancos		34.024,56	41.320,65	41.643,97	44.671,45	47.850,28
Capital del Trabajo	18.589,67					
Activos Fijos	16.282,86	25.632,47	25.632,47	25.632,47	25.632,47	25.632,47
Maquinarias y Equipos		12.640,81	12.640,81	12.640,81	12.640,81	12.640,81
Muebles de Oficina	4.998,88	4.998,88	4.998,88	4.998,88	4.998,88	4.998,88
Utensilios de Oficina	283,98	283,98	283,98	283,98	283,98	283,98
Adecuación del local	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00
Maquinarias y Equipos		3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20	3.291,20
Muebles de Oficina	4.998,88					
Activos Diferidos o Intangibles	3.200,00	2.560,00		2.560,00	2.560,00	2.560,00
Gastos de constitución	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
Permisos de Funcionamiento	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Publicidad	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
(-) Amortización de activos		640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Otros Activos	1.555,80	1.633,59	1.715,27	1.801,03	1.891,08	1.985,64
Uniformes	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
Suministros Oficina	247,20	259,56	272,54	286,16	300,47	315,50
Suministros de Limpieza	348,60	366,03	384,33	403,55	423,73	444,91
TOTAL DE ACTIVOS	39.628,33	63.850,62	68.668,39	71.637,47	74.755,00	78.028,39
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
Beneficios Sociales	27.000,00	30.570,00	36.138,83	37.945,77	39.843,05	41.835,19
Impuestos a Pagar	-	7.662,07	7.599,26	8.020,99	8.463,81	8.928,77
TOTAL DE PASIVOS	27.000,00	38.232,07	43.738,08	45.966,76	48.306,86	50.763,96
PATRIMONIO						
Capital Social	12.628,33	12.628,33	12.628,33	12.628,33	12.628,33	12.628,33
Utilidad del Ejercicio	-	22.986,22	22.797,78	24.062,97	25.391,43	26.786,31
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	39.628,33	73.846,62	79.164,19	82.658,06	86.326,62	90.178,59

Elaborado por: autores

3.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es donde el negocio produce y vende un volumen exactamente necesario, en donde, solo permite cubrir la totalidad de los costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas. Si el negocio vende más del punto de equilibrio, obtendrá ganancia y si es menor al mismo, sufrirá pérdida.

FORMULA 1

Precio de Venta	\$ 5
Costo de Venta	0,84
Costos Variable Total (VQ)	17.556,24
Unidades Producidas Proyecto	19248
Costo Fijo	4.819,60

$$Q = \frac{CF}{P - V}$$

$$Q = \frac{4.819,60}{5,00 - 0,55}$$

$$Q = \frac{4.819,60}{5,00 - 0,84}$$

$$Q = \frac{4.819,60}{4,16}$$

$$Q = 1.159,45$$

La formula uno, representa la cantidad mensual de unidades producidas para llegar al punto de equilibrio.

FORMULA 2

Ventas Totales	9000,00
Costo Fijo	4.819,60
Costo Variables Totales	1.352,51

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{4.819,60}{1 - \frac{1.352,51}{9.000,00}}$$

$$PE = \frac{4.819,60}{1 - 0,15}$$

$$PE = \frac{4.819,60}{0,85}$$

$$PE = 5671,978649$$

La formula dos, representa las ventas mensuales en dólares para llegar al punto de equilibrio.

3.4.7. CÁLCULO DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

Valor Actual Neto

Permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de cajas futuros originados por una inversión, y, el valor debe ser mayor a cero (> 0).

El Valor Actual neto de nuestro proyecto fue de US\$ 83.025,98; lo que significa, que la rentabilidad del mismo es bastante confiable.

Tasa Interna de Retorno

Esta tasa nos indica el porcentaje de rentabilidad que va a obtener nuestro negocio, como premio ala decisión de invertir.

La Tasa Interna de Retorno es del 48%, en comparación con la tasa de descuento que es del 15%; por lo que, nos indica que el proyecto es atractivo para los inversionistas.

Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

La inversión se recuperará en el lapso de 4 años.

TASA DE DESCUENTO	15%
VAN	\$ 83.025,98
TIR	48%
NPER	4,14093303

3.4.8. ÍNDICES FINANCIEROS

3.4.8.1. Razones de Liquidez

Mide la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo.

Razón Corriente

La razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo

$$\text{Tasa de Circulante} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Tasa de Circulante} = \frac{34.024,56}{38.232,07}$$

$$\text{Tasa de Circulante} = 0,889948069$$

La empresa por cada dólar de deuda a corto plazo, tiene US\$0,89 para pagar su deuda.

3.4.8.2. Razón o Tasa de Rentabilidad

Mide la eficacia global de la Gerencia, mostrada por los rendimientos generados sobre las ventas y la inversión.

Tasa de Margen de Beneficio

Mide el porcentaje de ganancia neta que las ventas dejan sobre la empresa, por lo tanto mientras más alto sea el índice es mejor ya que demuestra que la empresa es solvente.

$$\text{Tasa de Margen de Beneficio} = \frac{\text{Utilidad Neta después de impuestos}}{\text{Ventas Totales Anuales}}$$

$$\text{Tasa de Margen de Beneficio} = \frac{22.986,22}{108.000,00}$$

$$\text{Tasa de Margen de Beneficio} = 0,212835376$$

La tasa de margen de beneficio es del 21%, lo que quiere decir, que las ventas totales dejan una utilidad neta aceptable, demostrando el correcto manejo de la gerencia.

Rendimiento sobre Activo Total

Es la proporción entre la utilidad neta después de impuestos dividida entre el total de activos.

$$\text{Rendimiento Sobre Activo Total} = \frac{\text{Utilidad después de Impuestos}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rendimiento Sobre Activo Total} = \frac{22.986,22}{63.850,62}$$

$$\text{Rendimiento Sobre Activo Total} = 0,359999959$$

Este índice quiere decir que cada dólar invertido en los activos, produce un rendimiento del 36% sobre la inversión.

Rendimiento sobre el Patrimonio

Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

Rendimiento Sobre Patrimonio =	<u>Utilidad después de Impuestos</u> Patrimonio
Rendimiento Sobre Patrimonio =	<u>22.986,22</u> 35.614,55
Rendimiento Sobre Patrimonio =	0,645416554

Esto significa que por cada dólar invertido por los socios sobre el patrimonio genera un rendimiento del 65%, es decir, mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario.

Conclusiones

Luego de realizar el estudio para la Introducción de los smoothies al mercado local a través de la empresa Fruit Juice Bars S.A., se puede determinar y afirmar la viabilidad del negocio en base al estudio de mercado y al plan de negocios, por lo que, en nuestra ciudad vamos a ser el primer negocio especializado en la elaboración y comercialización de smoothies con frutas naturales.

Es importante que el negocio aplique una campaña de lanzamiento informando al público de todos los beneficios nutricionales que ofrecen los productos, ya que se estaría lanzando un nuevo producto al mercado de bebidas naturales en Guayaquil. Las ventas se realizarán en el local, en un ambiente acogedor, moderno e innovador, donde se satisfaga las necesidades de los consumidores.

La tendencia actual que está dada hacia un estilo de vida más saludable haciendo una mezcla entre comida sana y una rutina de ejercicios, nos brinda una oportunidad en el mercado guayaquileño, ya que las personas están cansadas de tanta saturación de comida chatarra, bebidas con colorantes, preservantes y saborizantes que causan enfermedades y hacen que las personas tengan sobrepeso y obesidad (tasa de obesidad año 2010 para nuestro país 44% para los hombre y 55% para las mujeres); es por eso que Fruit Juice Bars desarrollará un concepto de negocio que logre captar la atención de las personas para comenzar a cambiar la mentalidad de que la comida rápida es comida chatarra.

La inversión en publicidad será menor, por lo que, se utilizará las estrategias de comercialización como son producto, precio, plaza y promoción, haciendo más relevantes las estrategias de precios y las estrategias de promoción, mediante la diferenciación en el producto ya sea esta de imagen, marca, diseño o precio, y en la promoción se realizará descuentos del 10% en la compra del smoothie del día y 2x1 en jugos seleccionados, además, de redes sociales, correos electrónicos, volantes, vallas pequeñas, etc.

Fruit Juice Bars está constituido por una Sociedad Anónima de capital variable, la cual estará conformada por accionistas, por lo que la partición de la empresa es de acuerdo al porcentaje de inversión, estos ayudará en el futuro a evitar problemas en cuanto a la toma de decisiones, repartición de utilidades y otras actividades.

La imagen corporativa (luminosidad, diseño, ambientación, comodidad y limpieza), es un factor muy importante para la decisión de compra en un % de los encuestados, seguido de un % que determinó que este factor es muy importante, por lo anteriormente nombrado se demuestra el grado de influencia en la decisión de compra de este factor, y por esta razón se desarrollarán estrategias orientadas a crear un concepto innovador que llame la atención, sea único y genere así una identidad de marca.

El proyecto es atractivo porque no requiere demasiada inversión (50.000,00), y el flujo de caja del proyecto arrojó un VAN de US\$83.025,98 y una TIR del 48% y un periodo de recuperación de la inversión de 4 años.

Recomendaciones

Realizar un constante seguimiento al capital humano del negocio, ya que el personal debe seguir la línea de trabajo designada por los inversionistas y tener una interacción cara a cara con los clientes, por lo que, deben continuamente capacitarse en atención al cliente, liderazgo, relaciones humanas, etc. Además, deben integrarse y comprometerse con la empresa, ya que todo el personal es parte fundamental de la misma, los manipuladores en ventas o baristas deberán adoptar la misión, visión y filosofía de Fruit Juice Bars para que se sientan a gusto trabajando en un ambiente sano y natural y al mismo tiempo lograr que los clientes se sientan satisfechos y regresen al negocio. Por lo que, los baristas deben estar abiertos a las opiniones de los clientes para lograr así una retroalimentación y así poder crecer como organización.

Hacer una evaluación del proyecto al finalizar el primer año de funcionamiento de Fruit Juice Bars, para poder realizar así los correctivos necesarios; ya que el seguimiento del negocio asegurará su crecimiento y expansión en el largo plazo.

Mantener una relación directa con todos los proveedores de Fruit Juice Bars, para garantizar en nivel de abastecimiento que cubra la demanda, logrando así evitar los costos adicionales, ofreciendo productos de calidad a precios competitivos.

Considerar a la competencia y a la futura competencia, por lo que se recomienda competir en precio e innovando en el mercado para brindar productos nuevos, estar en un continuo desarrollo para lograr la satisfacción de los clientes, y así, poder brindar siempre un valor agregado que nuestros competidores puedan ofrecer.

Estar constantemente estudiando el mercado para ver su comportamiento, lo que quiere decir, si ha aumentado, disminuido o se mantienen los clientes que consumirían nuestros productos.

Mantener una constante evaluación sobre el producto y servicio que se ofrece en Fruit Juice Bars, por lo que, hay que tener un frecuente proceso de retroalimentación

tanto con el cliente como con los empleados; esta evaluación permitirá tener la ventaja de ir mejorando y así lograr la innovación en Fruit Juice Bars; además de seguir con los altos estándares de higiene y continuo mantenimiento al negocio para que siempre se encuentre limpio, manteniendo una buena imagen.

Considerar con el presupuesto del siguiente año la compra de equipos, de refrigeración para almacenamiento de la fruta, licuadoras, etc.

Bibliografía

Libros

Parkin, Michael (2006). *Microeconomía: Pearson Educación Séptima Edición. Gerardo Esquivel. Mexico: Gerardo Esquivel – Marcos Ávalo.*

Friend y Zehle, Graham y Stefan, (2008). *Como Diseñar un Plan de Negocios.* Lima: El Comercio S.A.

Philip y Lane, Kotler y Kevin (2006). *Pearson Educación: Dirección de Marketing: México: Doudécima Edición.*

Lawrencet, Gitman. (2006). *Principios Administración Financiera 1.* México: Pearson Educación, Décima Primera Edición.

Revistas

(2011). Vida Sana con Frutas. *Revista Buena Salud* de XYZ Editora S. A.

(2011). La Biblia de las Dietas. *Revista Buena Salud* de XYZ Editora S. A.

(2011). El Arte de Alimentarse Bien. *Revista Buena Salud* de XYZ Editora S. A.

Artículos de Internet

Licata, Marcela ML (2009). Las frutas y sus beneficios. *Las frutas, sus propiedades y su importancia en la alimentación diaria.* 01 Junio 2011: www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm

Eroski Consumer (2010). Importancia de las frutas. *Importancia del consumo de frutas para la salud.* 05 Junio 2011: <http://frutas.consumer.es/documentos/conozcamos/importancia.php>

Columnistas (2006). *La pobreza en Guayaquil.* 10 Junio 2011: www.eluniverso.com/2006/11/04/0001/21/04332A1D60C14C1C8247A40FFBA203BC.html

José Manuel (2007). Lista de aditivos alimentarios perjudiciales para la salud. *Colorantes, edulcorantes, espesadores, estabilizadores, antioxidantes, etc.* 15 Junio 2011: <http://intercambia.net/temas/index.php/lista-de-aditivos-alimentarios-perjudiciales-para-la-salud-colorantes-edulcorantes-espesadores-estabilizadores-antioxidantes-etc/>

De Vita, Marcelo Enrique. (2008). Smoothies. *Beneficio de Hacer Dieta con Smoothies o Licuados Naturales*. 16 Junio 2011: <http://www.estiloybienestar.com/dieta-y-nutricion/110525-beneficio-de-hacer-dieta-con-smoothies-o-licuados-naturales.html>

Intriago Espinoza, Lorena (2011). *Ecuador, con una población infantil pasada de kilos*. 18 Junio 2011: www.expreso.ec

Calzia, Mónica (2008). *Qué es el marketing directo y para qué sirve*. 19 de Junio 2011: <http://www.marketingenred.net/marketing-directo.htm>

Posted by adminon August 9, (2011). Smoothies. *Su mejor "Comida Rápida Alternativa"*. 22 Junio de 2011: <http://www.delosalimentos.com/articulos/smoothies-su-mejor-qcomida-rapidaq-alternativa.htm>

Diario El Universo. (2007). Jugos con preservantes. 25 Junio de 2011: <http://www.eluniverso.com/2007/10/03/0001/1064/59195498311B421785D05F346C33306C.html>

Alimentación Sana. (2010). Tendencias que Crecen: Bebidas Refrescantes sin Alcohol. 26 Junio 2011: <http://www.alimentacion-sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/tragosdemoda.htm>.

Alimentos: frutas y sus propiedad. *Frutas y sus beneficios para la Salud*. 10 Septiembre 2011: <http://www.euroresidentes.com/Alimentos/frutas-indice.htm>

Botanical. (2010). Las frutas. Importancia de las frutas en la dieta humana. 11 Septiembre de 2011: <http://www.botanical-online.com/lasfrutas.htm>.

Las frutas y sus propiedades curativas. 11 Septiembre 2011: <http://www.remediospopulares.com/frutasyremedios.html>.

(Anónimo) Cocina Internacional. *Todo sobre los smoothies*. 11 Septiembre 2011: <http://www.enfemenino.com/ficha/cocina/f14129-todo-sobre-los-smoothies.html>.

Publicación Marketing news.(16 Julio 2007). *Informe: Los "smoothies", un segmento en crecimiento*. 12 Septiembre de 2011: <http://www.marketingnews.es/gran-consumo/noticia/1039273028005/informe-smoothies-segmento-crecimiento.1.html>.

Anónimo. Jugos Curativos. *Los smoothies: Sus propiedades y recetas*. 12 Septiembre 2011: <http://www.jugos-curativos.com/smoothies.html>.

Gastronomía & Cía. (2009). Smoothie. *No hay amor más sincero que amar a la comida.* 12 Septiembre de 2011: <http://www.gastronomiaycia.com/2009/08/04/smoothie/>

Montes, Ernesto (2010). *Los smoothies con yogurt probiótico de ZUMIT, 98% libres de grasas* .12 Septiembre de 2011: <http://www.articuloss.com/los-smoothies-con-yogurt-probiotico-de-zumit-98-libres-de-grasas/>

Williams, David (2011). Zumos, jugos y smoothies para una vida sana. 12 Septiembre 2011: <http://ashtanga.blog.com/2011/06/03/zumos-jugos-y-smoothies-para-una-vida-sana/>

Peña, Karla. (2010). Vida Saludable .12 de Septiembre 2011: <http://vidasaludablekarlept.blogspot.com/>

Eres Madrid. (2011). *Smoothies en Xanacuk.* 12 Septiembre de 2011: <http://www.eresmadrid.com/salir/smoothies-en-xanacuk/>

Weissfeld, Claudio (2009). Smoothies, el nuevo nombre del licuado fashion. 12 de Septiembre de 2011: http://www.planetajoy.com/?Llegan_los_smoothies,_el_nuevo_nombre_del_licuado_fashion&page=ampliada&id=60.

Anónimo. (2010). Smoothies. *Todo sobre los smoothies.* 12 Septiembre 2011: <http://www.pretenciosas.com/cocina-saludable/todo-sobre-los-smoothies.htm>

Pantaleo, Maria. (2010). Smoothies. *Smoothies una nueva forma de comer frutas.* 13 Septiembre 2011: <http://fabchicandfit.onsugar.com/Smoothies-una-nueva-forma-de-comer-frutas-7673637>

Anónimo. (2010). Smoothies batidos de frutas. *Los Smoothie de Zumit llegan a los Centros deportivos.* 14 Septiembre 2011: <http://www.hotfrog.es/Empresas/Zumit-es-Smoothies-batidos-frutas/Los-Smoothie-de-Zumit-llegan-a-los-Centros-deportivos-Reebok-69239>

Lain, Thomas (2010). Alimentos y bebidas. *Los Smoothies exóticos de la fruta y de la baya mejoran el sistema inmune*. 15 Septiembre 2011: <http://www.articles3k.com/es/220/211613/Los-Smoothies-exoticos-de-la-fruta-y-de-la-baya-mejoran-el-sistema-inmune/>.

EA. (2010). Alimentos sanos. *Smoothies una forma de alimentarse sanamente*. 15 Septiembre 2011: <http://informe21.com/smoothies/smoothies-una-forma-de-alimentarte-sanamente>

Fox, John. (2011). Lucha contra el envejecimiento. *Frutas y Verde beneficios para la salud Smoothie*. 13 Septiembre 2011: <http://article.186ic.com/es/antiaging/4/>

Lain, Anthony (2011). Smoothie. *Beneficios de salud Smoothies verdes*. 14 Septiembre 2011: <http://articlesinspanish.net/health-articles-in-spanish/beneficios-de-salud-de-potable-smoothies-verdes-detalles-you-ought-a-saber/>

Victoria, Laura. (2010). Smoothie una idea jugosa. *Smoothies una idea jugosa que hace bien*. 16 Septiembre 2011: <http://servicioalacarta.over-blog.es/categorie-11274988.html>

Martinet, Pierre (2011). Smoothies. *Las hortalizas ya se comían ahora se pueden beber!*. 15 Septiembre 2011: http://www.ubifrance.com/medias/press/dossier-de-prensa-pierre-martinet_21_9_2011_20_9.pdf.

Bermudez, Merche (2011).. Gestión restaurantes. *Smoothies*. 16 Septiembre 2011: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=216

Página Web

www.wikipedia.com

www.inec.gov.ec

www.guayaquil.gov.ec

ANEXOS

Información Nutricional (por 100 ml)

VASO DE 450ml

MANGO BANG		
mango, banana, jugo de mango, low fat yogurt & hielo		
energía	kilojulios (Kj)	285
	calorías (cal)	68
	proteínas (g)	1,7
grasa	total (g)	1.2
	saturadas(g)	0.5
carbohidratos	total (g)	12.6
	azúcares (g)	11.7
	sodio (ug)	13
	calcio (m)	
* Porcentaje de Valores Diarios están basados en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.		

STRAWBERRY MAGIC		
frutilla, banana, jugo de manzana, low fat yogurt & hielo		
energía	kilojulios (Kj)	265
	calorías (cal)	63
	proteínas (g)	1.6
grasa	total (g)	1.2
	saturadas(g)	0.5
carbohidratos	total (g)	11.6
	azúcares (g)	10.9
	sodio (ug)	13
	calcio (m)	
* Porcentaje de Valores Diarios están basados en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.		

GYM MAN		
durazno, banana, leche de soya, low fat yogurt, hielo + una súper proteína FJB		
energía	kilojulios (Kj)	285
	calorías (cal)	68
	proteínas (g)	3.4
grasa	total (g)	1.2
	saturadas(g)	0.6
carbohidratos	total (g)	11
	azúcares (g)	10.1
	sodio (ug)	31
	calcio (m)	
* Porcentaje de Valores Diarios están basados en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.		

CHOCO BANANA		
chocolate, banana, leche de soya, low fat yogurt & hielo		
energía	kilojulios (Kj)	300
	calorías (cal)	72
	proteínas (g)	3.3
grasa	total (g)	1.2
	saturadas(g)	0.6
carbohidratos	total (g)	11.7
	azúcares (g)	11
	sodio (ug)	32
	calcio (m)	95
* Porcentaje de Valores Diarios están basados en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.		

una Kilocaloria (Kcal) = 4.1868 Kilojule (kj)

una Kilojule (Kj) = 0.2388 kilocalorías (Kcal)

Proyección de los Sueldos y Salarios

CARGO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS	\$ 27.000,00	\$ 30.645,00	\$ 32.177,25	\$ 33.786,11	\$ 35.475,42
Gerente General	\$ 8.100,00	\$ 10.800,00	\$ 11.340,00	\$ 11.907,00	\$ 12.502,35
Administrador	\$ 4.500,00	\$ 4.725,00	\$ 4.961,25	\$ 5.209,31	\$ 5.469,78
Manipulador 1	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Manipulador 2	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Manipulador 3	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Manipulador 4	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82

Elaborado por: autores

Proyección de Beneficios Sociales

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL BENEFICIO SOCIALES	\$ 3.570,00	\$ 5.493,83	\$ 5.768,52	\$ 6.056,94	\$ 6.359,77
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 1.320,00	\$ 1.663,20	\$ 1.746,36	\$ 1.833,68	\$ 1.925,34
Décimo Tercer Sueldo	\$ 2.250,00	\$ 2.553,75	\$ 2.681,44	\$ 2.815,51	\$ 2.956,28
Vacaciones	\$ -	\$ 1.276,88	\$ 1.340,72	\$ 1.407,75	\$ 1.478,14

Elaborado por: autores

Proyección de los Costos Fijos

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
GASTOS	\$ 57.835,20	\$ 60.263,28	\$ 53.539,16	\$ 56.216,12	\$ 59.026,93
Arriendo Local	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29	18.378,45
Concesión	9.273,60	9.273,60			
Servicios Administracion, mantenimiento, promoción y publicidad	2.721,60	2.857,68	3.000,56	3.150,59	3.308,12
Sueldos y Salarios	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
Fumigación	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Servicios Básicos	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Publicidad	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Suministros Oficina	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72

Elaborado por: autores

Menú

JUICE & MORE			SMOOTHIES			HEALTHY SNACKS		
NATURAL JUICES	POWER JUICES	FRUITS SALAD	SMOOTHIES CLASICOS	CRUSHES	SMOOTHIES SOLO FRUTAS	SUPER SMOOTHIES	HEALTHY SNACKS	
mora, tomate, melón, papaya, fresa, sandía, naranja, & piña.	swelly juice	Clásico fruits salad (Fruta picada + leche condensada)	blackberry dream	daquiri crush	the big oasis	super skinny	Clásico \$ 2,75	
	revive juice \$ 3,40	Fitness fruits salad (Fruta picada + yogurt y cereales)	mango bang	watmelon crush	banana mango	energy full	Mr. Tuna \$ 3,75	
	muscle juice \$ 2,15	Cream fruits salad (Fruta picada + crema chantilly y galletas)	strawberry magic	piña coco crush	citrus fruits	gym man	Mr. chicken \$ 4,15	
	SHOTS	SHAKES/BAIDOS CON LECHE \$ 2,80		tropical crush	mega apple	BOOSTER \$ 4,15		
		Frutilla, mora, papaya, banana & melón. \$ 2,50		SMOOTHIES PARA CONSEGUIRTE			adelgazante booster	
		Durazno o coco \$ 3,20		choco berry	strawberry bliss	energizante booster	dobles queso	\$ 1,99
jugo de naranja puro \$ 2,25	extracto de zanahoria \$ 1,60		power peach	choco banana	super proteína booster \$ 1,00	jamon y queso	\$ 1,99	
jugo de toronje puro \$ 2,60	extracto de apio		coffe blast	wia la mocha	inmuidad booster			
jugo de naranja + zanahoria \$ 2,25					vitalidad booster			

Formato de la encuesta para la comercialización de Smoothies en la Ciudad de Guayaquil.

Buenos días, somos estudiantes de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG y estamos desarrollando nuestra tesis de graduación que consiste en la creación de la empresa FRUIT JUICE BARS, cuyo producto estrella son los smoothies, para lo cual le agradecemos nos ayude llenando el siguiente cuestionario.

Preguntas de Hecho

1.- Género

Masculino

Femenino

2.- ¿En que sector de la ciudad vive usted?

Norte

Centro

Sur

3.- ¿De que nacionalidad es usted?

Preguntas de Información

4.- ¿De qué modo consume las frutas?

Jugos

Batidos

Combinaciones

Nunca

Si su respuesta es positiva, pase a la siguiente pregunta. En caso contrario la encuesta ha terminado, muchas gracias por su tiempo.

5.- ¿Con qué frecuencia usted consume estos productos?

- Diariamente Una vez a la semana
- Una vez al mes

Si no es ninguna de estas opciones, especifíquela:

6.- ¿Cuál es su fruta favorita?

- | | | | |
|---------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| Banana | <input type="checkbox"/> | Frutilla | <input type="checkbox"/> |
| Mango | <input type="checkbox"/> | Mora | <input type="checkbox"/> |
| Durazno | <input type="checkbox"/> | Papaya | <input type="checkbox"/> |
| Naranja | <input type="checkbox"/> | Piña | <input type="checkbox"/> |
| Melón | <input type="checkbox"/> | Sandía | <input type="checkbox"/> |
| Coco | <input type="checkbox"/> | Combinaciones | <input type="checkbox"/> |

Si elige "Combinaciones", especifíquela: _____

7.- ¿Sabe usted lo que es un smoothie?

- SI NO

8.- ¿Has consumido usted smoothies de frutas naturales?

SI

NO

Preguntas de Opinión

(HG) 9.- ¿ Que opina usted de que haya un local moderno que se especialize en la comercializacion de los smoothies?

EXCELENTE

BUENO

MALO

(HP1) 10.- ¿Cuál es su opinión de que el smoothie reemplace de manera natural y nutritiva alguna comida básica?

EXCELENTE

BUENO

MALO

Preguntas de Intención

(HG) 11.- ¿Cuál sería su consumo si los smoothies tuvieran energizantes (para personas que trabajan), para ganar masa muscular (persona que hacen ejercicios) y adelgazantes (persona que lo incorporan a su dieta) naturales?

DIARIAMENTE

UNA VEZ A LA SEMANA

TRES VECES A LA SEMANA

OCHO VECES AL MES

NO CONSUME

La encuesta ha finalizado, gracias por su colaboración.

Encuesta de Marketing

1.- ¿Cuál de estos smoothies le gustaría consumir?

blackberry dream

mora, frutilla, jugo de naranja, yogurt de mora FJB & hielo

mango bang

mango, banana, jugo de mango, yogurt de vainilla FJB & hielo

power peach

durazno, frutilla, jugo de naranja, yogurt de durazno FJB & hielo

banana beach

banana, leche de coco, leche de soya sabor a vainilla,
yogurt de vainilla FJB & hielo

gym man

durazno, banana, leche de soya sabor a vainilla, yogurt de
durazno FJB, hielo + una súper proteína FJB

(HP2) 2.- ¿Qué opina usted si se hace una campaña de marketing por medio de pagina web, redes sociales, catálogos, correos, volantes, etc., sobre los beneficios de los smoothies?

EXCELENTE

BUENO

MALO

(HG) 3.- ¿Conoce usted uno o algunos establecimientos que comercialicen smoothies?

SI

NO

(HG) 4.- ¿Qué variable valoraría más en nuestro negocio de smoothies.?

ATENCIÓN

INFRAESTRUCTURA

CALIDAD

PRECIO

TAMAÑO

PROPIEDADES DE LA BEBIDA

OTROS

(HG) 5.- ¿ La imagen corporativa (luminosidad, diseño, ambientación, comodidad, limpieza, etc.) es un factor clave para su decisión de compra?

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

INDIFERENTE

(HG) 6.- ¿El servicio al cliente es trascendental para que vuelva a un determinado lugar?

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

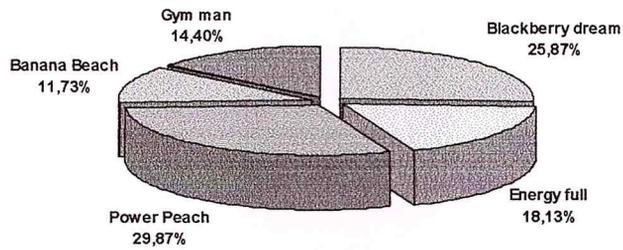
INDIFERENTE

RESULTADOS:

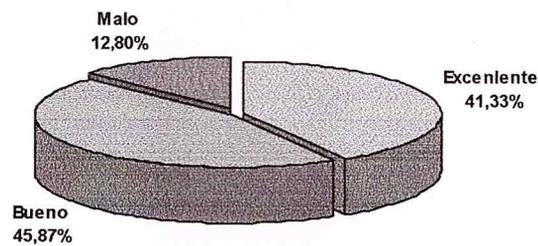
Cuando se propuso algunas combinaciones que se ofertará, tuvimos los siguientes resultados: a) blackberry dream, 97 personas consumirían esta combinación, b) energy full, 68 personas, c) power peach, 112 personas, d) banana beach, 44 personas y e) gym man, 54 personas.

El 74,13% dijo que sí le gustaría un local moderno que comercialice smoothies. Además el 65,33% dicen que el servicio al cliente es muy importante para que se vuelva al determinado lugar.

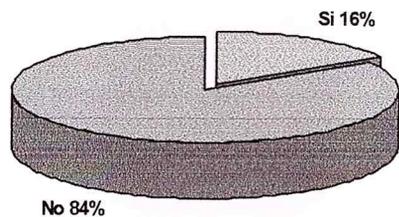
¿Cuál de estos smoothies le gustaría consumir?



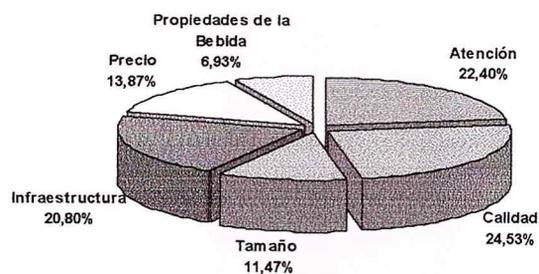
¿Qué opina usted si se hace una campaña de marketing por medio de página web, redes sociales, catálogos, volantes, etc., sobre los beneficios de los smoothies?



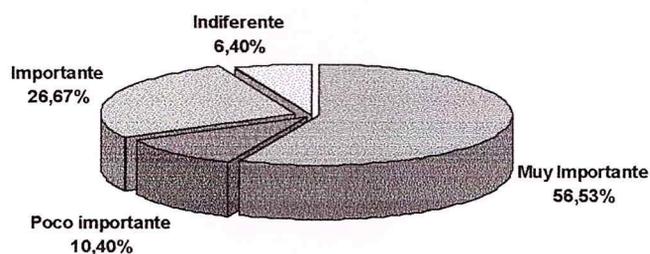
¿Conoce usted uno o algunos establecimientos que comercialicen smoothies?



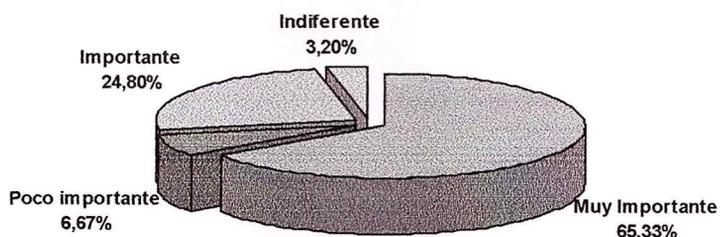
¿Qué variable valoraría más en nuestro negocio de smoothies?



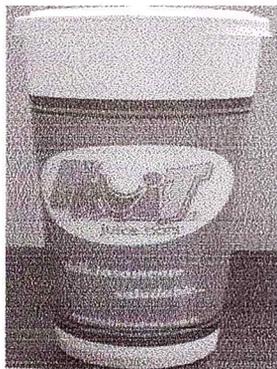
¿La imagen corporativa (luminosidad, diseño, ambientación, comodidad, limpieza, etc.) es un factor clave para su decisión de compra?



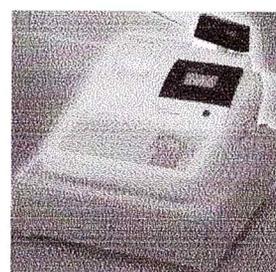
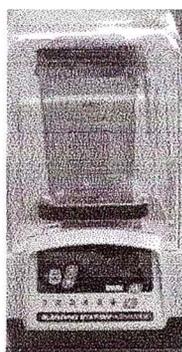
¿El servicio al cliente es trascendental para que vuelva a un determinado lugar?



Vaso



EQUIPOS



Función y efectos de los ingredientes de las bebidas (colas, jugos, refrescos)



Cada componente de la fórmula del refresco desempeña cierta función; ya sea como conservador, endulzante o colorante, todos los ingredientes juntos forman un producto agradable al consumidor, pero también con efectos negativos para su salud cuando lo consume en exceso.

Agua carbonatada: Diversos estudios han demostrado que este componente se asocia con los cálculos renales.

Color Caramelo: Su origen viene por la acción del calor o de productos químicos sobre los hidratos de carbono. La función del colorante marrón es la de agente saborizante.

Efectos adversos para el organismo: Se ha demostrado que el caramelo producido con amoníaco causa deficiencia de la vitamina B6, responsable en parte de la metabolización de los carbohidratos y las proteínas como del glucógeno muscular, que al faltar se producen los espasmos o contracciones musculares.

Nutrasweet o Aspartamo: Es un compuesto preparado de ácido Aspártico y Fenilamina. Ha sido asociada con daños a las células cerebrales y tumores cerebrales, eleva la acidez de la orina creando susceptibilidad a las infecciones del tracto urinario.

Ácido Fosfórico: Se obtiene mediante la acción del ácido sulfúrico sobre el fosfato de tricálcio. Su función es la de aumentar el efecto antioxidante de otras sustancias. En altas concentraciones éste ácido irrita la piel y las membranas mucosas.

El ácido fosfórico es dañino también para el calcio de los huesos, porque no permite la adecuada absorción en el organismo, provocando su debilitamiento y por tanto incrementándose la posibilidad de tener fracturas, se dice también que el ácido fosfórico es uno de los mayores contribuyentes al aumento de la osteoporosis.

Además, la combinación de este ácido con azúcar refinada y fructuosa dificulta la absorción de hierro, lo que puede generar anemia y mayor facilidad para contraer infecciones, principalmente en niños, ancianos y mujeres embarazadas.

Benzoato Potásico: Es un conservante, bactericida y fungicida. Efectos: Para las personas que padecen asma, son alérgicas a las aspirinas o tienen urticaria a intervalos, pueden ser susceptibles al benzoato potásico y tener reacciones alérgicas.

El Benzoato de potasio no debe ser añadido en alimentos destinados para bebés y los niños, sin embargo está presente en los refrescos consumidos por niños. Está también incluido en la lista de aditivos, evitado para los niños hiperactivos.

Ácido Cítrico: En su estado natural lo puede encontrar en los limones y en otros zumos cítricos, sin embargo en el refresco aparece de manera artificial, se fabrica comercialmente mediante la fermentación de melazas con cepas de microorganismos *Aspergillus Níger*. Si el Ácido cítrico se consume en cantidades muy grandes, puede causar erosión de la dentadura e irritación local.

El cuerpo humano detiene el crecimiento de los huesos sobre los treinta años, disolviéndose después en la orina, dependiendo de la acidez de los alimentos ingeridos, todos los compuestos de calcio disueltos se acumulan en las arterias, venas o tejidos de la piel, afectando esto también al funcionamiento del riñón.

Cafeína: Su origen natural es el café: La cafeína que contienen las populares bebidas no son más que agregados para provocar adicción en los consumidores más que para darle sabor.

Una lata de refresco y si es que lo especifican, contienen 38 mg de cafeína, la cual es considerada un estimulante, por lo que provoca cambios de conducta. La cafeína ha sido comparada en forma compatible con la Methylphenidate y las anfetaminas, que son estimulantes solo recetados por prescripción médica.

Las personas que consumen cafeína sentirán en su organismo los mismos efectos que producen la morfina, quinina, nicotina, cocaína y la estricnina. Porque todas pertenecen al mismo grupo de alcaloides.

Cuando esta sustancia se consume en cantidades elevadas puede provocar insomnio, debilidad, fatiga, úlceras, interferencia con la digestión de las proteínas y con la regulación de las funciones intestinales llegando a producir vómitos y diarreas, provoca también hemorragias de la piel, cataratas, albinismo, alteración a los glóbulos rojos, hidrocefalia, hemorragia de los ojos, deficiencia ósea siendo irreversible, taquicardia, dolores de cabeza y hasta ataques de ansiedad; además si se consume en frío, acelera su acción.

Esta sustancia es principalmente peligrosa para los niños por generar incontinencia en la orina (niños que se orinan en la cama) pesadillas, pérdida de memoria, pérdida de equilibrio, insomnio, fatiga, temblor de los dedos, temor, ansiedad, stress, hiperactividad y depresión.

A la cafeína se le relaciona también con abortos en el primer trimestre del embarazo, es por ello que en 1980 la FDA. Recomendó a las embarazadas la eliminación de esta sustancia y de cualquier producto que la contenga.

Comida Chatarra Camino a la Obesidad

Hoy en día por nuestro estilo de vida que llevamos no tenemos las horas suficientes para regresar a la casa y comer y muchas veces por ahorrar tiempo y dinero preferimos la comida chatarra es **GRAVE ERROR**.

Esta nueva forma de comer tan atractiva por que es rápida, barata y tiene buen sabor, hay que tener en cuenta que este tipo de comida es hipercalórica, con exceso de grasas y especialmente sal. Si uno consume en forma habitual el resultado es obvio: sobrepeso y obesidad con sus complicaciones inmediatas hipertensión, diabetes y enfermedades cardiovasculares entre otras.



Por eso te recomendamos evitar este tipo de comida por tu salud , siempre prefiere alimentos sanos y naturales evitar las frituras y en especial la COMIDA RAPIDA o mas bien conocida como **fast food**.

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p><i>República del Ecuador Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI– Dirección de Documentación y Estadística</i></p>	 <p>IEPI INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>		
<p>Solicitante :</p>		
<p>Abogado patrocinador :</p>		<p>Matrícula N°:</p>
<p>Tipo de signo</p>		
<p>Marca de fábrica []</p> <p>Nombre Comercial []</p>	<p>Marca de servicios []</p> <p>Lema Comercial []</p>	
<p>Registrada []</p>		<p>En trámite de registro []</p>
<p>Clase Internacional N°: _____ y sus clases relacionadas según el caso</p>		
<p>Denominación:</p>		
<p>Recaudos anexos:</p> <p>[] Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro si:</p>	<p>_____</p> <p style="text-align: center;">Firma solicitante</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI : _____</p> <p>Casillero judicial : _____</p> <p>Estudio jurídico : _____</p> <p>Teléfonos : _____</p> <p>Correo electrónico: _____</p>	
<p>Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible</p>		

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI



Muy Honorable
MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
DIRECCIÓN FINANCIERA

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS NATURALES

PRIMERA VEZ RENOVACIÓN

ESPACIO DE USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.		
DÍA	MES	AÑO

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS		NOMBRES		R.U.C.
PATERNO	MATERNO	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	

DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO		TELEFONO(S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN GUAYAQUIL MES DÍA AÑO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO) \$ _____

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTON GUAYAQUIL.

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	No. _____ <input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTON Y CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	No. _____ <input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFICO _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA No. DE RESOLUCION DE EXONERACION _____ FECHA DE EMISION DE RESOLUCION _____
--	---

INFORMACION ESTADISTICA ¿ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCION? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCION <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PECUARIA <input type="checkbox"/> ARTESANIA <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>
---	---

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES. SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____	NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCION) LIQUIDADO POR _____ RELIQUIDADO POR _____
---	---

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARA EN LOS SIGUIENTES CASOS:
 1.- PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
 2.- CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ.
 3.- CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1,5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DE DOMICILIO PRINCIPAL), PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL CORRESPONDIENTE.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACION

F. 2005.07.003

MINUTA DE CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA ANÓNIMA CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA ANÓNIMA

Formado por la aportación de los accionistas que responderán únicamente por el monto de sus acciones». (Art. 155 de la Ley de Compañías).

«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 las de una compañía preexistente. 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». (Art. 156 de la Ley de Compañías).

En la formación de una compañía anónima no podrán intervenir los cónyuges entre sí. La compañía anónima no podrá constituirse de manera definitiva ni subsistir con menos de cinco accionistas.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de OCHOCIENTOS DÓLARES, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el veinticinco por ciento y, el saldo en el plazo de dos años.

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES: Concurren al otorgamiento de esta escritura, los señores: BLANCA NOCHE MAGUIN CANDO LUIS LALO LANCHE LITUMA, MARDOQUEO ELUN PALAZO MELQUI, JULIO LOLO GUALSAQUI SACA y DANTE GONZALO MURQUINCHO LAMO: los comparecientes declaran ser ecuatorianos, mayores de edad. Casada la primera, viudo el segundo y solteros los tres restantes, domiciliados en esta ciudad y de profesión ingenieros civiles todos.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD: Los comparecientes declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía anónima «EMPRESA CONSTRUCTORA EMCOMSA S.A., la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial por la Ley de Compañías, su Reglamento y estos estatutos.

TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA
«EMPRESA CONSTRUCTORA EMCOMSA SA»

CAPITULO PRIMERO

NOMBRE. DOMICILIO. OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- NOMBRE.- La compañía llevará el nombre de «EMPRESA CONSTRUCTORA EMCOMSA SA»

ARTÍCULO DOS.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja y por resolución de la Junta general de accionistas, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas representaciones y establecimientos en cualquier lugar del Ecuador o de países extranjeros, conforme a la ley.

ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal: La construcción de obras civiles en general; esto es el estudio, diseño y construcción de carreteras, puentes, canales de riego, obras sanitarias, obras de infraestructura, de

alcantarillado, de aguas servidas, de agua potable, construcción de edificios, escuelas, viviendas, etc.:

La exploración, explotación y comercialización minera, de cualquiera naturaleza: y. La compraventa, importación, distribución y comercialización de materiales de construcción, en general Para cumplir sus objetivos o finalidades, la compañía podrá adquirir acciones de otras compañías, asociarse a otras sociedades o empresas, representar comercialmente a empresas y productos, ya sea de origen nacional o extranjero. Además, la compañía podrá realizar toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles permitidos por la ley, relacionados con el objeto social principal.

ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la ley.

CAPITULO SEGUNDO DEL CAPITAL DEL AUMENTO Y RESPONSABILIDAD

ARTICULO CINCO.- DEL CAPITAL.- El capital autorizado de la compañía es de ochocientos dólares, dividido en ochocientas acciones de un dólar cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos, que serán firmados por el presidente y por el gerente general de la compañía. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta general de accionistas y conforme a la ley. El capital suscrito y pagado de esta compañía consta en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL.- El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta general de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD.- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales, se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la acción.

ARTICULO OCHO. - LIBRO DE ACCIONES. - La compañía llevara un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones, se probará con la Inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas, se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

CAPITULO TERCERO EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS

ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el gerente general someterá a consideración de la Junta general de accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El comisario, igualmente, presentara su informe durante los quince días anteriores a la sesión de Junta: tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.- La Junta general de accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidadas se segregará por lo menos, el diez por ciento anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando éste alcance, por lo menos, el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además la Junta general de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN

ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta general de accionistas y administrada por el directorio, por el presidente y por el gerente general, en su orden; cada uno de estos órganos, con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta general de accionistas es el organismo supremo de la compañía. Se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a junta general de accionistas la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente. El presidente convocara a Junta general, a pedido de los accionistas que representen por lo menos d veinticinco por ciento del capital, para tratar los puntos que se indiquen en su petición, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compañías.

ARTICULO CATORCE.- REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS.- Las Juntas generales de accionistas, ordinarias y extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a otro accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada Junta. El poder a un tercero será otorgado necesariamente ante notario público. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y comisarios de la compañía

ARTICULO QUINCE.- QUORUM.- Para que se instale válidamente la Junta general de accionistas en primera convocatoria, se requerirá la presencia de por lo menos, la mitad del capital Si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria, mediando, cuando más, treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta general se instalará con el número de accionistas presentes o que concurren cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria. Para los casos particulares contemplados en el artículo doscientos ochenta y dos de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA PRESIDENCIA.- Presidirá la junta general de accionistas el presidente de la compañía. Actuará como secretario el gerente general A falta del presidente actuará quien lo subrogue, que será uno de los vocales del directorio, en orden a sus nombramientos; y, a falta del gerente general actuara como secretario la persona que designe la Junta.

ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la

compañía y en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales, así como, con el desarrollo de la empresa, que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía: siendo de su competencia lo siguiente: Nombrar al presidente, al gerente general, al comisario principal y suplente, así como a los vocales principales y alternos del directorio: Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas y administración:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas a los estatutos, de conformidad con la Ley de Compañías: Fijar las remuneraciones que percibirán el presidente, los vocales del directorio, el gerente general y el comisario: Resolver acerca de la disolución y liquidación de la compañía, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los Liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el gerente general requiere autorización del directorio, y la de los que requieran autorización de la Junta general de accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías; Autorizar al gerente general el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley. Interpretar obligatoriamente estos estatutos: Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro organismo de la compañía; Los demás que contemplan la ley y estos estatutos.

ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL.- La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de accionistas en la modalidad de junta universal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías: esto es. que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

SECCIÓN DOS: DEL DIRECTORIO.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- DEL DIRECTORIO.- El directorio estará Integrado por el presidente de la compañía y cuatro vocales. Los vocales tendrán alternos.

ARTICULO VEINTINUEVE.- PERIODO DE LOS VOCALES.- Los vocales del directorio duraran dos años en sus funciones; podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados. Para ser vocal del directorio no se requiere la calidad de accionista.

ARTICULO VEINTIUNO.- PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.- Presidirá las sesiones del directorio el presidente de la compañía y actuará como secretario el gerente general. Á falta del presidente, lo reemplazará su subrogante que será uno de los vocales principales, en el orden de su elección, debiéndose, en este caso, principalizar al respectivo suplente; y, a falta del gerente general, se nombrara un secretario ad-hoc.

ARTICULO VEINTIDÓS.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a sesión de directorio, la hará el presidente de la compañía mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con dos miembros.

ARTICULO VEINTITRÉS.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.- Son atribuciones y deberes del directorio lo siguientes: Sesionar ordinariamente cada trimestre y extraordinariamente, cuando fuere convocado; Someter a consideración de la Junta general de accionistas el proyecto de presupuesto, en el mes de enero de cada año: Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los bienes Inmuebles

de la compañía; Autorizar al gerente general el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta general; Controlar el movimiento económico de la compañía y dirigir la política de los negocios de la misma; Contratar los servicios de auditoría Interna, de acuerdo a la Ley; Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta general y las disposiciones de los estatutos y reglamentos; Presentar anualmente a conocimiento de la Junta general de accionistas los balances, el proyecto de distribución de utilidades, la creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales y los informes del gerente general; Designar a la persona que reemplace al gerente general de la compañía en caso de su fallecimiento, renuncia, falta temporal o definitiva; Aprobar anualmente el presupuesto de la compañía; Dictar los reglamentos de la compañía; Los demás que contemplan la ley y los estatutos y las resoluciones de la Junta general de accionistas.

ARTICULO VEINTICUATRO.- RESOLUCIONES.- Las resoluciones del directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- ACTAS.- De cada sesión de directorio se levantará la correspondiente acta la que será firmada por el presidente y el secretario, que actuaron en la reunión.

SECCIÓN TRES: DEL PRESIDENTE.

ARTICULO VEINTICINCO.- El presidente de la compañía será elegido por la Junta general de accionistas para un periodo de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. El presidente permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE: Son atribuciones y deberes del presidente de la compañía: Convocar y presidir las sesiones de Junta general y de directorio; Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones; Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma, e Informar de estos particulares a la junta general de accionistas; Velar por el cumplimiento del objeto social de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad; Firmar el nombramiento del gerente y conferir copias del mismo debidamente certificadas; Las demás que señale la Ley de Compañías, estos estatutos y reglamentos de la compañía, y, las resoluciones de la Junta general de accionistas.

SECCIÓN CUATRO: DEL GERENTE GENERAL.

ARTICULO VEINTIOCHO.-DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado, del gerente general será el representante legal de la compañía.

ARTICULO VEINTINUEVE.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.- Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía: Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente; Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía; Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía; Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía; Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía; Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; Presentar anualmente informe de labores ante la Junta general de accionistas; Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo

dispuesto en los estatutos y en la ley, Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones: Cuidar que se lleven conforme a ley, los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de Junta general de accionistas:

l) Cumplir y hacer cumplirlas resoluciones de Junta general de accionistas; Presentar a la junta general de accionistas el balance del estado de pérdidas y ganancias. Y la propuesta de distribución de beneficios, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico: Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley estos estatutos y reglamentos de la compañía, así como las que señale la Junta general de accionistas.

CAPITULO QUINTO DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL

ARTÍCULO TREINTA-DEL COMISARIO.-La junta general de accionistas nombrará un comisario principal y un suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

ARTICULO TREINTA Y UNO. ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL COMISARIO.- Son atribuciones y deberes del comisario los que consten en la ley, en estos estatutos y sus reglamentos y, los que determine la Junta general de accionistas. En general el comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

CAPITULO SEXTO DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías; especialmente, por lo establecido en la sección décimo primera de esta ley, así como en el reglamento, respecto de la disolución y liquidación de compañías y. por lo previsto en estos estatutos.

ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL.- En todo lo no previsto en estos estatutos, se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y su reglamento, así como a los reglamentos de la compañía y, a lo que resuelva la Junta general de accionistas.

ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA.- Sin perjuicio de la de fiscalización, la Junta general de accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o Jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA.-En lo que se refiere a la auditoría externa se estará a lo que dispone la ley.

CUARTA." DECLARACIONES. -

El capital suscrito con que se constituye la compañía es de Ochocientos dólares; el que ha sido suscrito en su totalidad y pagado en la siguiente forma:

La señora Blanca Noche Maguin Cando suscribe doscientos cincuenta acciones de un dólar cada una, lo que da un aporte de doscientos cincuenta dólares, y paga en dinerario;

El señor Luis Lalo Lanche Lituma suscribe doscientos cincuenta acciones de un dólar cada una, lo que da un aporte de doscientos cincuenta dólares, y paga en numerario la cantidad de doscientos cincuenta dólares: El señor Mardoqueo Elun Palazo Melqui suscribe cien acciones de un dólar cada una lo que da un aporte de cien dólares, y paga en numerarlo la cantidad de cincuenta dólares; El señor Julio Lalo Gualsaqui Saca suscribe cien acciones de un dólar cada una, lo que da un aporte de cien dólares, y paga en numerarlo la cantidad de cincuenta dólares; y El señor Dante Gonzalo Murquincho Lamo suscribe cien acciones de un

dólar cada una, lo que da un aporte de cien dólares, y paga en numerario la cantidad de cincuenta dólares. Los valores pagados por todos los accionistas, se encuentran depositados en la cuenta «Integración de Capital», abierta en el Banco del Austro Sucursal Loja, a nombre de la compañía que hoy se constituye, según consta del certificado que se agrega como documento habilitante. El saldo del capital suscrito por los accionistas será pagado a la compañía en numerario, dentro de dos años contados desde la Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil, en la cantidad que corresponda a cada accionista.

Los accionistas fundadores, por unanimidad, nombran gerente general de la compañía al señor Dante Gonzalo Murquincho Lamo para un periodo determinado en estos estatutos, y lo autorizan para que realice los trámites pertinentes para la aprobación de esta escritura constitutiva de la compañía: así como los trámites conducentes a que la compañía pueda operar y funcionar legalmente. Se agrega como documento habilitante el certificado del depósito antes relacionado.

Hasta aquí la minuta. Usted, señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía que tiene su domicilio en la ciudad de Loja deberá someterse la escritura a la aprobación de la Intendencia de Compañías de Cuenca, la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente:

Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza; La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía; y, La inscripción en el Registro Mercantil.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; Incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.