

Tecnología superior en administración

**TEMA: Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL
Shushufindi**

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnólogas en administración

Autor: Benavides De La Cruz Lady Irene

Tutor: Msc. Hanny Mancheno

DMQ, Marzo 2023

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo Del Instituto Superior Universitario Tecnológico Pichincha.

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL Shushufindi presentado por la estudiante Benavides De La Cruz Lady Irene de la promoción 2TSAQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito, marzo del 2023

Atentamente

Msc. Hanny Mancheno

CI: 1711844488

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Benavides De La Cruz Lady Irene con cedula de identidad 2100452149, en calidad de egresado de la carrera de administración promoción 2TSAQ1, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de tecnología en administración, son originales y des exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, marzo 2023

Atentamente

Benavides De La Cruz Lady Irene

2100452149

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primero a todas las personas que me acompañaron en este bonito proceso de aprendizaje y conocimiento, que tuvieron la paciencia, el cariño y me motivaron a seguir caminando para poder lograrlo, sobre todo a mi pequeña hija que es uno de los motivos que me impulsa a seguir mejorando y poder ser un pequeño ejemplo para ella en este vasto mundo lleno de conocimiento.

Benavides De La Cruz Lady Irene

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Universitario Pichincha por darme la oportunidad de dar un paso más en mi camino, y a todos los docentes que me instruyeron brindándome un poco de sus conocimientos.

Benavides De La Cruz Lady Irene

RESUMEN

El aplicar el Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL ubicado en el cantón Shushufindi, esta idea genera como iniciativa el emprendimiento, que va dirigido principalmente al campo de salud y belleza, como segmento de mercado se ha desarrollado rápidamente en los últimos años, lo que lleva a KOKO'S ANGEL a dos objetivos muy claros el primero es convertirse en un proyecto de empresa social donde cada aceite de coco orgánico a la venta ayuda a las familias agricultores productores de coco en el sector Shushufindi, en el primer capítulo del proyecto de investigación se aborda los problemas derivados de la investigación del tema planteado, posteriormente se pormenoriza los objetivos del proyecto y se especifica el marco teórico, conceptual, temporal espacial, así como sus definiciones esenciales pertinentes para el desarrollo del trabajo antes descrito, y en el marco legal se citará el precepto y las normativas que son la base de este estudio. El capítulo dos se presenta el diseño metodológico utilizado en el trabajo de investigación. El método cuantitativo se lo utilizo para adquirir los resultados y poder sustentar la creación de aceites KOKO'S ANGEL, en este capítulo se proporcionará el detallado de los resultados obtenidos de las encuestas, en el tercer capítulo se crea la propuesta del proyecto, como modelo Canvas, y se desarrolla sus nueve indicadores como un modelo de negocio, para el diseño de aceites KOKO'S ANGEL. Así mismo, los beneficios del proyecto se considerarán como propuesta de valor del programa original.

Palabras clave:

Aceites de coco, Modelo CANVAS, negocio, derivados del coco

ABSTRACT

By applying the CANVAS business model for the creation of KOKO'S ANGEL oils located in the Shushufindi canton, this idea generates entrepreneurship as an initiative, which is aimed mainly at the field of health and beauty, as a market segment has developed rapidly in In recent years, which has led KOKO'S ANGEL to two very clear objectives: the first is to become a social enterprise project where each organic coconut oil for sale helps coconut-producing farming families in the Shushufindi sector, in The first chapter of the research project addresses the problems derived from the investigation of the raised topic, later the objectives of the project are detailed and the theoretical, conceptual, spatial temporal framework is specified, as well as its essential definitions relevant to the development of the work before described, and in the legal framework the precept and regulations that are the basis of this study will be cited. Chapter two presents the methodological design used in the research work. The quantitative method was used to acquire the results and to be able to support the creation of KOKO'S ANGEL oils, in this chapter the detailed results obtained from the surveys will be provided, in the third chapter the project proposal is created, as a Canvas model, and its nine indicators are developed as a business model, for the design of KOKO'S ANGEL oils. Likewise, the benefits of the project will be considered as a value proposition of the original program.

Keywords:

Coconut oils, CANVAS Model, business, coconut derivatives

Índice

Contenido

| | |
|--|----|
| Capítulo 1 | 8 |
| Fundamentación Teórica..... | 8 |
| 1.1. Marco Teórico..... | 8 |
| 1.1.1 Que es un Modelo de Negocio | 8 |
| 1.1.2 Modelo de Negocio Canvas..... | 8 |
| 1.1.3 Importancia | 9 |
| 1.1.4 Características | 9 |
| 1.1.5 Usos | 10 |
| 1.1.6 Estudio de Mercado..... | 10 |
| 1.1.7 Análisis | 11 |
| 1.1.8 Plan Estratégico..... | 11 |
| 1.1.9 Análisis | 11 |
| 1.1.10 Coco..... | 11 |
| 1.1.11 Conservación de las Frutas de Forma Tradicional Mediante el uso de Calor. | 14 |
| 1.1.12 Usos del Coco | 15 |
| 1.1.13 Carbono Activado | 15 |
| 1.1.14 Tratamiento de las frutas. | 16 |
| 1.1.15 Condiciones de Elaboración | 19 |
| 1.1.16 Aceite De Coco | 19 |
| 1.1.17 Importancia | 21 |
| 1.1.18 Industria | 21 |
| 1.1.19 Beneficios | 21 |
| 1.1.20 Uso..... | 22 |
| 1.2 Marco Conceptual | 22 |
| 1.2.1 Planta extractora de aceite | 22 |
| 1.2.2 Coco..... | 23 |
| 1.2.3 Derivados del coco | 23 |
| 1.2.4 Aceite de coco..... | 23 |
| 1.2.5 Copra de Coco..... | 23 |
| 1.2.6 Extracto de coco..... | 23 |
| 1.2.7 Innovación..... | 23 |
| 1.2.8 Reutilización | 24 |

| | | |
|--------|--|----|
| 1.3 | Idea a defender | 24 |
| 1.4 | Marco Legal | 24 |
| 1.5 | Marco Temporal Espacial | 25 |
| 1.5.1 | Ubicación | 25 |
| 2 | Capítulo 2 | 27 |
| 2.1.1 | Diseño de la Investigación | 27 |
| 2.1.2 | Paradigma o Enfoque | 27 |
| 2.1.3 | Método de Investigación | 27 |
| 2.1.4 | Tipo de Investigación | 28 |
| 2.1.5 | Nivel de Investigación..... | 28 |
| 2.1.6 | Unidad de Análisis | 28 |
| 2.1.7 | Técnica de Investigación | 30 |
| 2.2 | Resultados y Análisis de Encuestas..... | 34 |
| 3 | Capítulo 3 | 45 |
| 3.1 | Propuesta..... | 45 |
| 3.1.1 | Segmento De Mercado | 45 |
| 3.1.2 | ¿A quién pretende servir el modelo de negocio? | 45 |
| 3.1.3 | Propuesta de Valor | 45 |
| 3.1.4 | Canales de distribución | 49 |
| 3.1.5 | Relación con el cliente | 50 |
| 3.1.6 | Fuentes de ingreso | 52 |
| 3.1.7 | Recursos clave..... | 53 |
| 3.1.8 | Actividades claves..... | 53 |
| 3.1.9 | Socios clave..... | 55 |
| 3.1.10 | Estructura de costos..... | 56 |
| 3.1.11 | Lienzo cavas..... | 59 |
| 3.2 | Plan de Acción | 60 |
| 3.2.1 | Koko'S Angel | 60 |
| 3.2.2 | MISIÓN | 60 |
| 3.2.3 | Visión..... | 61 |
| 3.2.4 | Organigrama Estructural | 61 |
| 3.2.5 | Diagrama De Distribución De Fabrica | 66 |
| 3.2.6 | Características del Producto | 67 |
| 3.2.7 | Diagrama de Procesos de Producción..... | 70 |
| 3.2.8 | Foda | 72 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.2.9 | DIAGRAMA DE PORTER | 73 |
| 3.3 | Análisis de Viabilidad del Negocio | 74 |
| 3.3.1 | Gastos Operativos | 76 |
| 3.3.2 | Proyección Ventas..... | 77 |
| 3.3.3 | Estado de Resultados..... | 78 |
| 3.3.4 | Flujo de Estado Efectivo | 79 |
| 3.3.5 | Punto de Equilibrio | 80 |
| 3.3.6 | Cálculo del Van..... | 80 |
| 3.3.7 | Cálculo del Tir | 81 |
| 3.4 | Conclusiones | 83 |
| 3.5 | Recomendaciones..... | 84 |
| 4 | Bibliografía | 85 |

Índice de Figuras

| | | |
|-----------|--|----|
| Figure 1 | Árbol de problemas | 3 |
| Figura 2 | Plantilla modelo canvas | 10 |
| Figura 3 | fotografía ejemplo tipos coco de la zona | 12 |
| Figura 4 | Mapa aéreo Google maps | 25 |
| Figure 5 | Mapa sector céntrico Shushufindi, Google maps | 26 |
| Figure 6 | Calles Colombia y aguarico, Google Earth | 26 |
| Figure 7 | Mapa base Shushufindi..... | 29 |
| Figure 8 | distributivos del CNE 2022 | 30 |
| Figure 9 | grafica porcentaje genero | 34 |
| Figure 10 | grafica porcentaje edad..... | 35 |
| Figure 11 | grafica pregunta 1 | 36 |
| Figure 12 | grafica pregunta 2..... | 37 |
| Figure 13 | grafica pregunta 3 | 38 |
| Figure 14 | grafica pregunta 4..... | 39 |
| Figure 15 | grafica pregunta 5..... | 40 |
| Figure 16 | grafica pregunta 6..... | 41 |
| Figure 17 | grafica pregunta 7 | 42 |
| Figure 18 | grafica pregunta 8..... | 43 |
| Figure 19 | grafica pregunta 9..... | 44 |
| Figure 20 | segmento de mercado | 45 |
| Figure 21 | mapa de empatía..... | 46 |
| Figure 22 | canales de distribución | 49 |
| Figure 23 | Relación con el cliente..... | 51 |
| Figure 24 | Fuente de ingresos | 52 |
| Figure 25 | Recursos clave | 53 |
| Figure 26 | Actividades claves | 54 |
| Figure 27 | Socios clave | 55 |
| Figure 28 | modelo de negocios canvas | 59 |
| Figure 29 | LOGOTIPO | 60 |
| Figure 30 | Organigrama estructural | 61 |
| Figure 31 | plano planta extractora | 66 |
| Figure 32 | Imagen prototipo del producto incentivo al cliente | 69 |
| Figure 33 | Imagen prototipo presentación del producto | 69 |
| Figure 34 | diagrama de flujo..... | 70 |
| Figure 35 | diagrama de Porter..... | 73 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Líneas y Sublíneas | 5 |
| Tabla 2 Ejes de formación | 7 |
| Table 3 descripción resultada genero..... | 34 |
| Table 4 descripción edades | 35 |
| Table 5 descripción pregunta 2..... | 36 |
| Table 6 descripción pregunta 3..... | 37 |
| Table 7 descripción pregunta 3..... | 38 |
| Table 8 descripción pregunta 4..... | 39 |
| Table 9 descripción pregunta 5..... | 40 |
| Table 10 descripción pregunta 6..... | 41 |
| Table 11 descripción pregunta 7..... | 42 |
| Table 12 descripción pregunta 8..... | 43 |
| Table 13 descripción pregunta 9..... | 44 |
| Table 14 MATRIZ CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR..... | 49 |
| Table 15 Canales de distribución..... | 50 |
| Table 16 Relación con el cliente..... | 51 |
| Table 17 Fuentes de ingreso | 52 |
| Table 18 Recursos clave | 53 |
| Table 19 Actividades claves | 54 |
| Table 20 Socios clave | 55 |
| Table 21 CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN..... | 56 |
| Table 22 PROYECCION DE COMPRAS KOKO'S ANGEL..... | 57 |
| Table 24 Tablas estructurales de funciones gerencia..... | 62 |
| Table 25 Tablas estructurales de funciones abogado..... | 62 |
| Table 26 Tablas estructurales de funciones contador | 63 |
| Table 27 Tablas Estructurales de Funciones Asistente Adm..... | 64 |
| Table 28 Tablas estructurales de funciones operario..... | 64 |
| Table 29 Tablas estructurales de funciones oficios varios..... | 65 |
| Table 30 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO..... | 68 |
| Table 31 PROCESO DE PRODUCCIÓN | 71 |
| Table 32 FODA..... | 72 |
| Table 33 VALORACION DE LA INVERSIÓN KOKO'S ANGEL | 75 |
| Table 34 GASTOS DEL PROYECTO KOKO'S ANGEL | 76 |
| Table 35 PROYECCION DE VENTAS..... | 77 |
| Table 36 Estado de resultados..... | 78 |
| Table 37 Flujo de estado efectivo | 79 |
| Table 38 Punto de equilibrio..... | 80 |
| Table 39 Calculo del VAN | 81 |
| Table 40 Calculo del TIR..... | 81 |

TEMA

Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL Shushufindi

Problema

Planteamiento del problema

En América y el caribe, la concentración de empresas extractoras de aceite de coco son pocas ya que las productoras principales se encuentran en Filipinas, Indonesia e India, cabe destacar que el coco y sus derivados tienen alta demanda en la industria cosmética y ha tomado fuerza por sus principales componentes químicos, pero a pesar de esto muchas de estas empresas extractoras no están constituidas legalmente, representando problemas de calidad del producto y tienden a elevar costos.

En Latinoamérica, Según la FAO México, Brasil, Venezuela y Colombia son los principales productores cocoteros, pero sus principales producciones son de fibras textiles, estopas y producto fresco, en cuanto a extraer el aceite de coco son muy pocas empresas constituidas legalmente las que se dedican a este rubro.

En Ecuador existen empresas que se dedican a la extracción de aceites, como de la palma africana, cacao, de coco entre otros productos, bajo esta modalidad varias empresas se flexibilizan en realizar la extracción de varios aceites dentro de la misma infraestructura, además estas empresas están situadas en la costa Ecuatoriana como Esmeraldas, Manabí y Guayas ya que son zonas de alta producción de la materia prima, pero no hay una empresa extractora que se dedique al cien por ciento solo a la extracción del aceite de coco.

Sucumbíos es una provincia en vías de desarrollo debido a su actividad petrolera, seguido por las actividades agrícolas con productos como la palma africana, el café y el cacao, y a pesar de que es una zona productora de coco y está entre los productos transitorios de la región no hay una empresa extractora de aceite de coco legalmente constituida.

Por observación empírica del entorno en el cantón Shushufindi, existen gran cantidad de productores cocoteros y la producción de cocos va en aumento, los productores de este cultivo

solo cuentan con la venta de estos frutos a revendedores que expanden agua de coco en las carreteras y en mercados. Y no existe una empresa extractora de aceite de coco constituida legalmente, que satisfaga las exigencias del mercado.

Formulación del problema

¿Qué viabilidad puede tener emprender una extractora de aceite de coco en el cantón Shushufindi en la Provincia de Sucumbíos bajo el diseño de modelo cavas?

Árbol de problemas

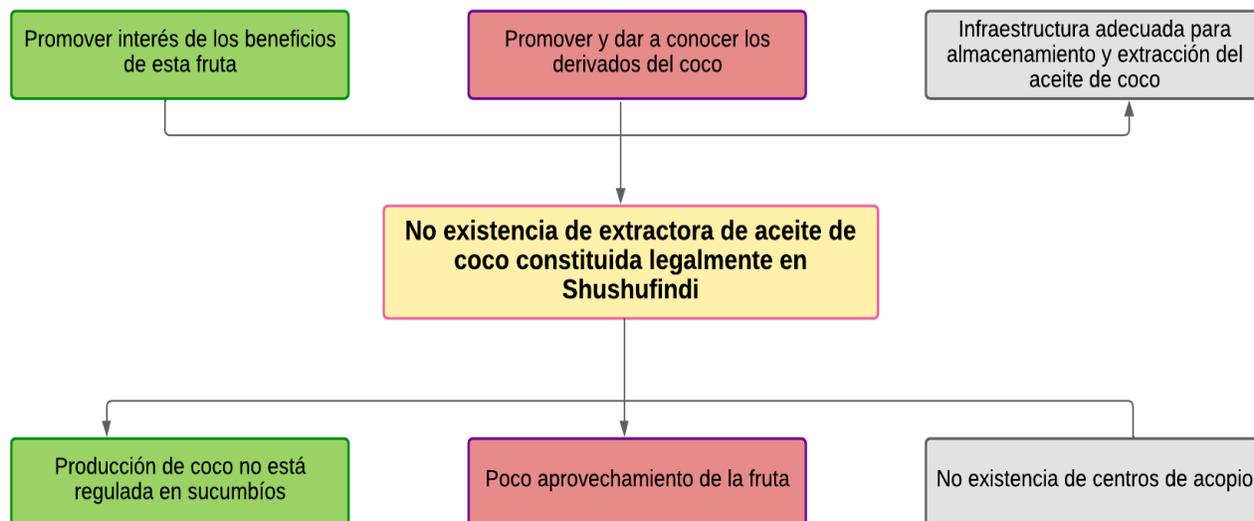


Figure 1 Árbol de problemas

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar mediante el Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente mediante fuentes primarias y secundarias el desarrollo del Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi.
- Compilar información referida al desarrollo del Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi.
- Desarrollar el Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi.

Justificación

La necesidad de implementar un modelo de negocio CANVAS, consiste en realizar el estudio que determine la viabilidad técnica, económica y social que puede tener la creación del emprendimiento aceites KOKO'S ANGEL en el cantón Shushufindi en la Provincia de Sucumbíos; mediante el desarrollo de estudios de mercado, localización, administrativo y financiero.

El desarrollar la creación de aceites KOKO'S ANGEL dentro del cantón Shushufindi en la Provincia de Sucumbíos; se justifica socialmente en el ámbito económico por los beneficios que traerá al sector, lo cual generará plazas de empleos directos e indirectos, con este modelo de negocio incentivar la parte emprendedora de la región y el trabajo asociativo entre los productores.

Con la operación de este modelo de negocio estandarizar productos agroindustriales de acuerdo a las características, deseos y necesidades de la localidad, para lograr una alta competitividad en la región que se desea promoviendo un manejo combinado de sectores agroindustriales secundarios como la manufactura y sectores primarios como la agricultura.

Este trabajo se realiza mediante un enfoque analítico de campo para comprobar que tan viable es crear este emprendimiento, en la provincia de sucumbíos cantón Shushufindi.

Líneas y sublíneas

| | | |
|-----------------------------------|-----------|---|
| Tema de Investigación | de | Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL Shushufindi. |
| Línea de Investigación | de | Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario. |
| Sublíneas de Investigación | de | Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas. |

Tabla 1 Líneas y Sublíneas

Nota: Información Recopilada en el ITSHCPP

Ejes de formación

| | MATERIAS INTEGRADORAS | RESULTADOS DE APRENDIZAJES |
|--------------------------|--|---|
| Eje de formación. | Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento. | <p>Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.</p> <p>Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.</p> |
| | Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales. | <p>Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria.</p> <p>Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.</p> |
| | Administración de Presupuestos. | <p>Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.</p> <p>Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.</p> |

| | | |
|--|--------------------------------------|--|
| | Marketing para emprendedores. | Elaborar y aplicar elementos de marketing desarrollados en emprendimientos para obtener conocimientos en PyMEs. Aplicar estrategias generales y alternativas de manera práctica para crear alternativas en el mercado para cualquier tipo de organización económica y social. |
| | Gestión de la Calidad. | Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con el uso apropiado de los métodos almacenados con visión del ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria. |
| | Finanzas Corporativas. | Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura. Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento |

Tabla 2 Ejes de formación

Nota: Información Recopilada en el ITSHCPP

Capítulo 1

Fundamentación Teórica

Marco teórico

Modelo de negocio CANVAS para la creación de aceites KOKO'S ANGEL Shushufindi

Que es un Modelo de Negocio

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad de lo qué se va a ofrecer al mercado, cómo se lo va a hacer, a quién se lo va a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma va a generar ingresos. (emprendedores, 2021)

Análisis

Un modelo de negocios es el que aporta o genera el valor al cliente, lo que se expresa con esto es la prioridad establecida por la empresa, permitiendo tener un mejor balance a la hora de ejecutar las tareas garantizando el éxito no solo en los procesos de manejo, sino también en poder llegar al mercado al que esté dirigido, el cómo se estructure los elementos que componen cada una de sus etapas dándole forma a lo que la empresa hace, dando como resultado una fácil comprensión de cuáles son las debilidades y fortalezas, dando una dirección al equipo de trabajo metas deseadas por la empresa.

Modelo de Negocio Canvas

Concepto

Este modelo de negocio es una de las mejores herramientas para gestionar, que permite analizar y la creación de modelos de negocios, en un solo contexto nos permite visualizar, evaluar, alterar y desarrollar negocios nuevos o ya existentes. (Crespo, 2022)

Análisis

Esta herramienta fomenta el pensamiento creativo de trabajo, facilita la lectura y comprensión del negocio, se puede analizar la idea del negocio de manera visualmente sencilla e intuitiva desde diferentes perspectivas, como comercial, logístico o de mercado entre otros más,

permite actualizar o modificar la información según las pruebas de viabilidad, esta herramienta también permite que la construcción del modelo de negocio se trabaje de diferentes puntos de enfoques y puntos de vista.

El Modelo de negocio canvas es el area donde todas las aportaciones de todas las partes involucradas son tomadas en cuenta, permitiendo identificar oportunidades de crecimiento para la empresa o negocio, de manera fácil visualizar la comprobación de la viabilidad de un proyecto y de manera muy simplificada nos direcciona a donde tenemos que dirigir esfuerzos, entorno a la propuesta de valor ofertada.

Importancia

(Broitman, 2019) Menciona que “El modelo Canvas tiene los beneficios de ser visual, bajo costo y colaborativa. Además, proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar modelos de negocio en un solo cuadro”.

Esta herramienta nos permite comprender el modelo de negocio de manera global, permitiéndonos asegurarnos que todos los componentes lo comprendan y poder adaptarse a los cambios de la innovación del mercado, apoyados en la gestión de este modelo y proyectarse a futuro a corto y mediano plazo, amplificando el estudio de mercado de manera clara y concisa.

Características

El modelo de negocios canvas cuenta con nueve elementos que son la clave de su eficacia y fácil manejo:

- **Socios clave:** son quienes nos ayudaran a optimizar nuestro ingreso y el acceso al mercado.
- **Actividades Clave:** actividades de preparación del producto antes de presentar al mercado.
- **Recursos clave:** Recursos intelectuales, humanos, físicos, y financieros
- **Propuesta de valor:** Característica con el que va a sobre salir el producto.
- **Relaciones con los clientes:** Manera de cómo se llevará la comunicación con los clientes.
- **Canales:** la manera de como daremos a conocer el producto.

- **Segmento de clientes:** a quien nos dirigimos con nuestro servicio o producto.
- **Estructura de costes:** costos principales para el desarrollo del producto.
- **Fuente de ingresos:** de qué manera vamos a receptor nuestros ingresos.

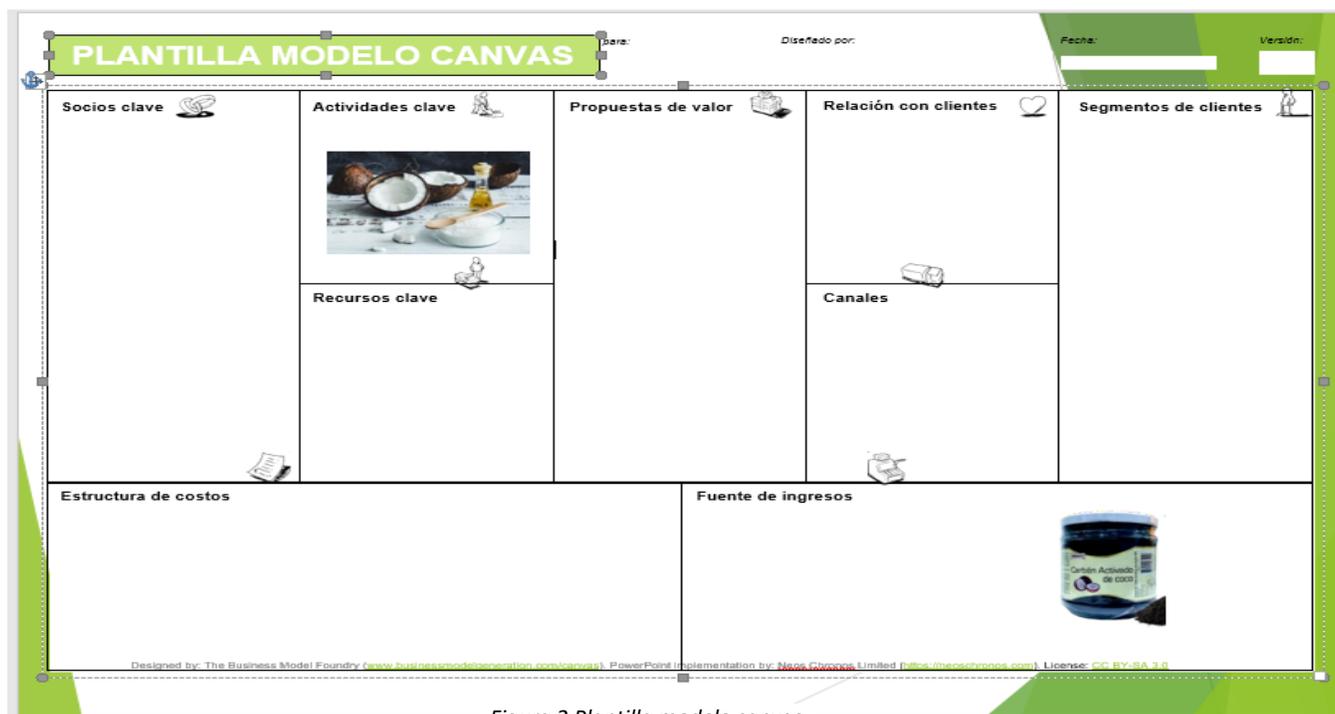


Figura 2 Plantilla modelo canvas

Usos

El modelo de negocio canvas fomenta la creatividad en el uso de herramientas colaborativas, ya que ayuda a gestionar estrategias gracias a su formato visual y dinámico, ofreciendo un panorama de manera global de la empresa, su uso ayuda a facilitar ya sea la modificación o creación de proyectos dentro de cualquier empresa.

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones o empresas comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. (Silva, 2021)

Análisis

El estudio de mercado tiene como finalidad dar a conocer el segmento al que se desea ingresar y ver su rentabilidad, por medio de acciones que son realizadas por empresas o emprendedores que tienen como objetivo conocer y obtener información del mercado al que se está dirigiendo, de esta manera se indaga potenciales consumidores del servicio o producto a ofrecer permitiendo predecir posibles movimientos del público objetivo, y poder adaptarse a los movimientos del segmento de mercado optimizando recurso y estrategias de marketing.

Plan estratégico

El plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro. (Galán, 2023)

Análisis

Esta herramienta que ayuda a definir y direccionar a dónde quiere llegar una empresa, establece el camino que debe recorrer y que debe hacer para lograr el objetivo, estas acciones serán llevadas a cabo para poder afrontar los retos que vayan apareciendo a futuro, de manera que se puedan conseguir los objetivos fijados, como la misión, visión, los objetivos de este proceso de planificación ayuda a tener el mayor impacto posible avanzando en la dirección correcta.

Coco

El coco es un fruto seco tropical (de hecho, el más grande de todos y el más importante de la naturaleza) del que se consume su semilla. (IFA, 2018)

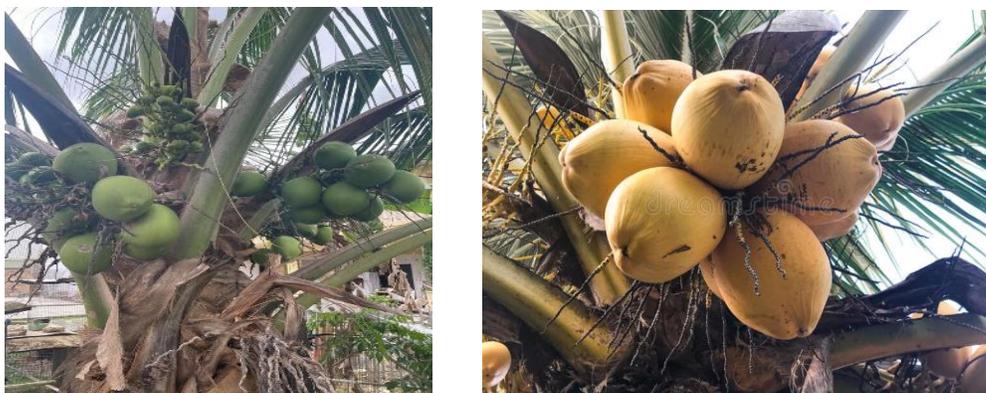


Figura 3 fotografía ejemplo tipos coco de la zona

Análisis

Las composiciones de esta fruta pueden agruparse del siguiente modo: agua, proteínas, hidratos de carbono, grasas, minerales y vitaminas la mayor parte de estos compuestos son nutrientes esenciales, necesarios para ayudar a mantener la salud el organismo humano.

En los alimentos, las fuentes energéticas más importantes son los hidratos de carbono y las grasas o aceites. En la fruta, la contribución energética más importante es la de los hidratos de carbono.

También tenemos el aceite como producto para cosméticos, las fibras y los cascarones para carbón pirolizado o activado.

El agua de coco es químicamente pura, tiene buen sabor y contiene abundantes sales, azúcares y vitaminas, Las globulinas representan menos de, el 1% del peso de la fruta. Están compuestas por aminoácidos, diez de los cuales se clasifican como esenciales para la dieta humana

Los carbohidratos son glucanos, como el almidón, la celulosa, la hemicelulosa y las sustancias pépticas, o disacáridos y monosacáridos, como la sacarosa, la fructosa y la glucosa.

El contenido de estos azúcares varía mucho durante el crecimiento. En general hay mucha azúcar en las frutas completamente maduras, las frutas ricas en almidón sufren un hidrolisis completa de este polisacárido.

El azúcar más importante de la fruta es la glucosa y la fructosa, y también se encuentran en abundancia otros monosacáridos y disacáridos (terminología de hidratos de carbono) como la xilosa, la arabinosa, la manosa, la galactosa y las maltosas. La celulosa, la hemiculosa y las sustancias pépticas son componentes principales de la pared celular de la fruta

La fibra, por definición tiene la propiedad de formar células vegetales resistentes a la acción de las enzimas digestivas. Contiene los polisacáridos (carbohidratos) que forman la pared celular y la lignina que es la fibra que se encuentra en la piel o cascara de la fruta

El contenido lípido de las frutas se halla en (masa blanca carnosa) copra. Su valor nutritivo no deriva sólo de que las grasas (aceites) constituyen una fuente energética, sino también del hecho de que el organismo requiere pequeñas cantidades de ácidos grasos insaturados.

Si bien es cierto que los cocos no son ricos en minerales, el más rico de ellos es el potasio combinado con varios ácidos grasos orgánicos, el calcio siempre está presente en el material digerido de las paredes celulares frutales; el magnesio está presente en las moléculas de clorofila y fósforo, puede desempeñar un papel importante en el metabolismo de los carbohidratos.

En general, los elementos minerales contribuyen de una manera destacada a la calidad de las frutas y derivados de las mismas. El contenido mineral suele variar considerablemente con el área en que la fruta se ha cultivado, el pH de los tejidos de la fruta está controlado por el equilibrio potasio / ácidos orgánicos.

El contenido en vitaminas en los cocos varía dependiendo de las condiciones del cultivo, condiciones climáticas y composición del suelo, los fertilizantes usados y otra gran cantidad de factores afectan, al contenido vitamínico de las frutas.

Conservación y almacenamiento de frutas de forma tradicional mediante calor.

Existen diferentes niveles de procedimientos térmicos y sus características generales son las siguientes:

Esterilización: Se destruye completamente los microorganismos.

Esterilización comercial: Algunas esporas no se reproducen que están permitidas en los alimentos.

Pasterización: Es la esterilización de alimentos eliminando microorganismos a altas temperaturas que se combina con el refrigerado.

Escaldado: Desactiva enzimas y posiblemente algunos microorganismos.

Debido a que el momento de la aplicación de una determinada cantidad de calor puede afectar las características sensoriales y nutricionales de los alimentos, y posiblemente el costo, es imperativo comprender los tipos de microorganismos que pueden contaminar los alimentos para garantizar una degradación adecuada.

También es necesario reconocer la naturaleza de penetración del calor en el alimento, este dato permitirá racionalizar el uso de energías y equipos.

El procedimiento térmico es más largo a una temperatura más alta, por lo que el alimento esta más contaminado, con un nivel de pH más alto, más viscoso o más nutritivo como la presencias de azucares, almidones o proteínas, para los microorganismos patógenos, o menor contenido de agua.

La refrigeración: Consiste la refrigeración que opera a temperaturas superiores al punto de congelación (-2°C a 15°C). Los alimentos se pueden almacenar en el refrigerado durante varios días o incluso semanas.

El enfriamiento se lo hace en el menor tiempo posible, como el enlatado de frutas recién recolectadas durante el transporte, el almacenamiento, la venta y el almacenamiento antes del consumo, puede mantener sus características de calidad casi intactas.

En el refrigerado y almacenado, además de mantener la temperatura ligeramente por encima del punto de congelación, pero con regularidad, es importante mantener la circulación del aire, controlando la humedad y la modificación de los gases atmosféricos, especialmente en el caso de almacenar verduras hacia abajo.

Usos del Coco

Los cocos se cultivan para disfrutar de sus propiedades alimenticias y aprovechar el jugo y la (carne o masa) del fruto o ser industrializado para la extracción de aceite, con diferentes fines, leche, extracto, coco deshidratado rallado para repostería y dulces cristalizados, sorbetes, licores, confites, néctares, jaleas. La cascara y su endocarpio fibroso son utilizados como fibras para asientos y para sustratos de viveros. El endocarpio duro o concha se utiliza como fuente de energía o también se piroliza y constituye la materia prima para la obtención de Carbón Activado de gran calidad. La torta residual de la extracción del aceite es utilizada para alimentación animal, pues es rica en, proteínas, carbohidratos y grasas

Se cultivan en forma aislada o intensiva, y en zonas cálidas y con disponibilidad de agua para riego y cerca de las costas

Carbono activado

Uno de los principales compuestos químicos de los carbohidratos es el carbono. La mayoría de ellos tienen una forma activa $C_nH_{2m}O_m$ o $C_n(H_2O)_m$, que se denominan hidratos de carbono, lo que indica que son compuestos en los elementos de oxígeno e hidrógeno mantienen la misma relación estequiométrica, como el agua; después de la eliminación solo queda carbón, este cambio parece ser confirmado por la alta temperatura de los carbohidratos ya que se vuelven amarillos, marrones, negros y se convierten en carbón fino para formar agua en el destilado, un proceso muy conocido desde hace mucho tiempo que puede ocurrir de dos maneras con calor y deshidratación química. La deshidratación al usar un ácido diluido como el

ácido sulfúrico, también se puede preparar una suspensión de carbono finamente dividido calentado ciertos carbohidratos en él.

En casos muy raros, los ácidos provocan la pérdida de agua y gomas, similares a las que se obtiene al no calentar un carbohidrato duro (caramelo), que contiene compuestos en los que el equilibrio entre el carbono y el oxígeno – hidrogeno que va aumentando paulatinamente por la formación de la resina obtenida. De diferentes colores en algunos casos, dependiendo de los carbohidratos que se procesen.

El carbón activado se obtiene por la destilación en seco de sacarosa bien dispersa, visible desde el punto de adsorción alto, que elimina la fucsina de su reducción. Este tipo de unión es física, de fácil adsorción, como lo muestra la producción del colorante mediante la adición de un solvente con alta afinidad por el colorante como el etanol

Tratamiento de las frutas.

Actividad de agua: De forma análoga de como el pH es una expresión que indica el grado de acidez de los alimentos, la actividad del agua A_w es un modo utilizado para expresar la disponibilidad de agua.

El máximo valor es de 1.0, y si otras sustancias se disuelven en agua pura, el A_w disminuye, o si se elimina algo de agua del alimento, su A_w también disminuye.

Adecuación: Operaciones internas que van desde la recepción, lavado, desinfección, selección y clasificación de la fruta materia prima fresca.

Almacenamiento: Consiste en acopiar o almacenar los productos terminados hasta su posterior distribución; sus condiciones de almacenamiento dependen del método de almacenaje y conservación elegido.

La congelación es un sistema muy aceptado en la industria debido a su alto valor nutricional y calidad (olor, sabor, color y aspecto) de la pulpa resultante después de al menos 6 seis meses y la mano de obra no especial requerida.

El embolsado aséptico es actualmente la mejor aplicación porque reduce el costo de la cadena de frío y además tiene mayor vida útil en todas sus formas como néctares y pulpas.

Clasificación: Es la división de la materia prima (coco fresco) en función de determinadas características para conseguir la calidad óptima para poder llegar a un producto final satisfactorio.

Congelación: Esta es una forma rápida, limpia y eficiente de mantener los productos lo más frescos posible. La fruta preparada cuidadosamente y embazada se conserva el máximo sabor, buen color y en gran parte de su valor nutricional original.

Conservación: Incorpora principalmente envasado, congelación, pasteurización, esterilización y refrigeración.

Desairado: Se recomienda esta operación porque permite eliminar el aire de la masa en operaciones anteriores y presenta las siguientes ventajas:

- Disminución del deterioro de la pulpa en el almacenaje por oxidación.
- Mejor paridad en la forma y color del producto.
- Evita la formación de espumas.

Desinfección: Se basa en la aplicación de producto para eliminar la carga microbiana que porta todo tipo de fruta (el coco). Los más utilizados corresponde a cuatro grupos principales, compuestos de cloro, compuesto de yodo, compuestos de amonio cuaternario y compuestos bactericidas tensoactivas de ácido amónico.

Despulpado: Es el proceso de separación en el que las frutas enteras se separan de la pulpa, se pelan y pican o se separan de la piel, las partes no comestibles en este caso el (coco).

Envasado: compete al grado de conservación y consiste en verter de manera uniforme, precisa y en cantidades predeterminadas, ya sea en peso o volumen, la pulpa obtenida en recipientes adecuados a sus propiedades idóneas. El proceso puede ser manual o automática.

Escaldado: Este es un método térmico a corto plazo que se puede aplicar a la fruta para ablandar el tejido y aumentar el rendimiento durante el despulpado; también reduce la contaminación de la superficie de la fruta, que puede afectar el calor, el sabor, el aroma y la apariencia de la pulpa durante la congelación y descongelación.

Industria manufacturera: Incorpora los establecimientos dedicados a la transformación mecánica y química de sustancias orgánicas e inorgánicas en nuevos productos, ya sea que el trabajo se lo realice a máquina o a mano en una fábrica o en el hogar, y que los productos se vendan al por mayor y al por menor.

Molido: Se basa en trocear los frutos enteros y duros para romper su estructura natural facilitando su posterior separación durante el secado, en este caso del coco.

Pasteurización: Es el procedimiento térmico durante la cual la pulpa se mantiene a una temperatura de 92°C durante aproximadamente dos minutos, cuyo objetivo es evitar reacciones enzimáticas que producen sabores y malos olores, para evitar la gelatinización y detener el crecimiento de algunos peligrosos organismos.

Pelado: Es el retiro de la cascara o piel de la fruta se lo puede realizar con diferentes procedimientos.

Procesamiento: En este proyecto, el procedimiento de frutas se relaciona a las actividades encaminadas a la obtención de pulpa, el procedimiento de pulpa se puede dividir en tres grupos: adaptación, separación y almacenamiento.

Pulpa de fruta: es la parte pastosa de la fruta, no diluida y putrefacta, obtenido por la descomposición y tamizado de la fracción rancho de frutas fresca, sana, madura y limpia.

Recepción: Operación de acopio de la fruta en la cual se pesa y se analiza la clase para obtener la producción final.

Refinado: Consiste en depositar la masa de la fruta obtenida por un lienzo fino con el fin de obtener una pulpa más fina.

Selección: Se elimina a totalidad que no conste con las condiciones aceptables para la finalidad que serán destinados, eliminando partes rotas, destrozadas maquilladas, en descomposición, abrazado por frío y deformadas

Separación: El siguiente proceso es la del pelado de la fruta, corte, extracción, molido, despulpado, limpieza y desairado.

Características técnicas en el manejo de los cocos.

Los productos elaborados por la Planta extractora se regirá a los reglamentos dados por el ministerio de salud.

Condiciones de Elaboración

El aceite debe elaborarse en condiciones de limpieza y sanitarias óptima.

Las propiedades sensoriales son propiedades que pueden ser determinadas por los organismos de los sentidos es decir, aspecto, color, olor y textura.

La apariencia del aceite no debe contener materias extrañas, lo que permite tener la separación de fases con una mínima cantidad de virutas y partículas oscuras, propias de la fruta utilizada.

La principal separación de fases se debe a la presencia de aire atrapado, el calibre adiposo de las partículas formadoras de aceite y la reacción enzimática.

El arropamiento de aire es ineludible cuando se utiliza un desintegrador que crea esta combinación. En cuanto al tamaño de partícula, depende del diámetro de la malla utilizada para separar la semilla en el proceso de despulpado, cuanto mayor es el diámetro y más gruesa la partícula, menos persistencia es en la columna de líquido y tiene a caer bajo la influencia de la gravedad

Un entorno de aire es inevitable cuando se utiliza un helicóptero que crea esta combinación. En cuanto al tamaño de partícula, depende del diámetro de la malla utilizada para separar las semillas en el proceso de despulpado. Cuanto mayor es el diámetro y más gruesa la partícula, menos persistente es en la columna de líquido y tiende a caer bajo la influencia de la gravedad.

Aceite de coco

El aceite de coco orgánico contiene muchos nutrientes superiores que combaten enfermedades, contiene ácido úrico, es rico en fibra, vitaminas y minerales, según estudios realizados en base a su efectividad garantiza que la mejor clase de aceite de coco orgánico es el extra virgen crudo y sin procesar.

La grasa buena del coco gracias a sus componentes se lo puede agregar a las dietas para mejorar la salud del cuerpo, resiste altas temperaturas sin daño alguno, ayuda al metabolismo, convirtiendo los ácidos grasos en energía en vez de almacenarlos, es una opción excelente si se desea bajar de peso, es considerado un alimento funcional por la comunidad médica ya que es un gran elemento para las enfermedades que estén vinculados con el sistema inmunológico.

Para extraer el aceite de coco se lo hace de la pulpa del fruto del mismo nombre (de la copra). Se prensa y se convierte en una masa, una sustancia que desecada da lugar al aceite de coco, muy apreciado en la industria cosmética para la fabricación de jabones y cremas. No es fácil de encontrar. Pregunta en herbolarios y tiendas naturistas, a partir del aceite, se fabrica la margarina, otras grasas y ciertos jabones.

Trazabilidad en el proceso de extracción de aceite de coco.

Es necesario distinguir las etapas de:

- Producción y transporte de frutas
- Etapa de proceso y movimientos del producto procesado hasta el mercado final.
- Trazabilidad para la Materia Prima.
- Además, es necesario distinguir los dos escenarios que se tiene pensado analizar para el estudio:

Escenario 1:

- Tanques de Concentrado de 200 litros o Kg.

Escenario 2:

- Granel en cisternas.

El requisito fundamental, para cumplir las exigencias y certificaciones de calidad exigibles por el mercado, la premisa básica es que todas las etapas y movimientos estén registrados.

Importancia

El aceite de coco orgánico no contiene colesterol, debido a su privilegiada mezcla de ácidos grasos y antioxidantes que benefician a la salud humana, como buen estimulante inmunológico, metabólico, equilibrante de hormonas tiroideas, cardiovascular, y además favoreces a la baja de peso entre otras, esto si es consumido.

Y en el uso externo del aceite de coco orgánico, es un excelente antiinflamatorio, antibacteriano y hidratante esto se debe a su contenido de ácido láurico, omega 6, ácido linoleico y nutrientes, que ayudan a excluir células muertas del cutis lo que convierte al aceite de coco sea un excelente y versátil producto cosmético.

Industria

El aceite de coco es usado en algunas industrias como la farmacéutica, alimenticia y la cosmética dado a que este aceite tiene muchos beneficios para la salud humana ya sea interna o externamente, este producto en los últimos años ha tomado bastante fuerza en estos campos ya que el consumidor en la actualidad no solo quiere lucir bien, sino que además mantenerse saludable buscando alternativas lo más naturales y saludables posibles para hacerlo.

Beneficios

Esta fruta es muy cotizada desde tiempos ancestrales para llevar una dieta balanceada y nutritiva, son muy consumidos sus derivados en la actualidad, como el aceite extra virgen y ácido láurico, porque ayudan a:

- **Mantener la salud cardiovascular:** la grasa del coco mantiene saludable al corazón.
- **Mantener la salud inmunológica:** el nutriente del ácido láurico nos ayuda al sistema inmunológico.
- **Mantener el peso:** ayuda a controlar el metabolismo ayudando a bajar o a mantener el peso.
- **Ayuda a la tiroides:** El aceite de coco estimula la actividad y el buen funcionamiento de esta glándula.

- **Mejora la regeneración:** Ya que esta fruta ayuda a tener un mejor funcionamiento de metabolismo al cuerpo, por ende, la regeneración celular mejora y reemplaza rápidamente las células viejas por nuevas.
- **Mantiene la piel saludable y joven:** el aceite virgen de coco, tiene excelentes hidratantes sirve como pomada o loción para el cuerpo y no solo para la piel también para el cabello y las uñas dándoles elasticidad y suavidad.
- **Energizante:** como buen estimulante del metabolismo, el aceite de coco orgánico ayuda a tener mejor rendimiento físico y sentir menos fatiga.
- **Mejora la secreción de insulina:** Balancea la insulina y ayuda a aliviar los síntomas reduciendo los riesgos asociados con esta enfermedad.
- **Funciona como antibacteriano:** el aceite y el ácido láurico del coco, es un potente agente natural que ayudan a combatir las bacterias, hongos y virus que promueven la influenza entre otras enfermedades.

Uso

En su mayoría el aceite de coco es más usado externamente como producto de belleza ya que brinda excelentes beneficios para la piel.

Modos de uso:

- Mascarilla facial
- Mascarilla capilar
- Hidratante de la piel
- Y en nutrición se usa en la comida
- Alimentos procesados
- Y el consumo del aceite puro para bajar de peso.

Marco conceptual

Planta extractora de aceite

La planta extractora de aceite, es el sitio donde se llevará a cabo todo el proceso y donde se le dará el adecuado tratamiento a la fruta para poder extraer el aceite de coco de alta calidad en grandes cantidades.

Coco

Este fruto es redondo de cascara dura y de color café en su madurez, contiene una carne blanca, fibrosa y aceitosa además contiene agua, se usa como alimento básico en algunas zonas, se produce en lugares tropicales y su plata es una palmera.

Derivados del coco

El coco es una fruta muy versátil como alimento básico ya que brinda algunos derivados aparte del agua y su pulpa como, el aceite, leche, extracto, coco deshidratado rallado para repostería y dulces cristalizados, sorbetes, licores, confites, néctares, jaleas, en el caso de la cascara y su endocarpio fibroso son utilizados como fibras para asientos y para sustratos de viveros.

Aceite de coco

El aceite es un subproducto de la fruta del coco, se obtiene de la pulpa tras el prensado en frio sin adherir químicos o conservaste, filtrándolo para evitar que queden trozos de pulpa.

Copra de Coco

La copra es la pulpa ceca del coco que queda después del prensado des la extracción del coco, con el que se puede hacer algunos productos como jabones, glicerina, velas entre otros.

Extracto de coco

El extracto de coco se lo obtiene del proceso de maceración con el agua, y se obtiene este líquido que es rico en propiedades.

Innovación

Innovar la experiencia agrícola cocotera del sector aprovechando al máximo toda la fruta, creando productos de calidad y evitando desperdicios contaminantes.

Reutilización

En el proceso de la extracción del aceite de coco, quedan muchos desperdicios como la cascara, la copra, el agua de la misma fruta que se les puede aprovechar al máximo.

Idea a defender

El Implementar la extractora de aceite de coco para el sector de Shushufindi, basado en el modelo de negocio canvas, Su propósito es promover el crecimiento de la producción y el uso de la mano de obra agrícola en el sector, ofreciendo tales alternativas para que dicha actividad agrícola contribuya al aumento de los ingresos de las familias dedicadas a este cultivo

El aceite de coco orgánico es un producto de alta por las empresas cosmetólogas y muy valorado, por lo que constituye un rubro exportable con ascendencia en el mercado nacional e internacional y con precios muy constantes. Puede además constituir un producto que sustituya importaciones para las empresas cosmetológicas del Ecuador.

Marco Legal

Los productos agropecuarios e industriales producidos, importados, exportados, transportados, envasados, y comercializados en el territorio deberán cumplir con los reglamentos estipulados de ley.

Del Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa el Artículo 53 aborda los criterios de cómo se caracteriza la conformación y clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, ya que enmarcar ciertos límites de capital y humano, con base al sector de actividad al que se va a dedicar, con puntos de vistas comparativos con diversos criterios para la clasificación, que determinan las políticas de su sector de producción.

En esta clasificación existen algunas variables que caracterizaran de manera adecuada la dimensión de la empresa, tipo de mercado, inversión en bienes, número de trabajadores, tipo de producto, valor de producción, volumen de producción, entre otros, de esta manera se utiliza las pautas esenciales que caracterizan a las micro, pequeñas y medianas empresas dentro del fomento de desarrollo, conformando los términos de aporte para la economía del país.

Los productos agroindustriales que se produzcan, importen, exporten, transporten, envasen y comercialicen en el territorio nacional deberán cumplir con los reglamentos

estipulados de ley, con el desarrollo y fundamentación de la misma que dicte el Ministerio de Salud, por lo tanto, se adoptarán y seguirán los lineamientos del Ministerio de Salud.

Además, todos los productos agroindustriales que se comercialicen bajo marcas y denominaciones específicas están sujetos al registro sanitario de acuerdo con las normas que expida el ministerio de salud para tal efecto y al registro necesario para los mercados de destino de la exportación.

Marco temporal espacial

Ubicación

Aceites KOKO'S ANGEL está ubicada estratégicamente en el sector noreste de Shushufindi, cuenta con 90 m² donde se extraerá, embazará, etiquetará y empackará el producto, dando comienzo al desarrollo y logística de distribución.

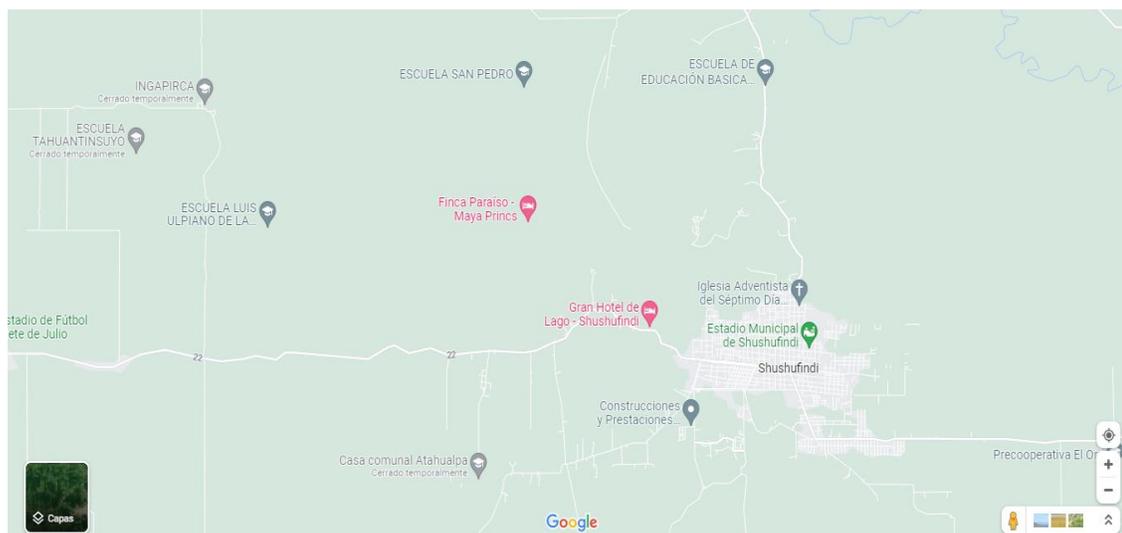


Figura 4 Mapa aéreo Google maps



Figure 5 Mapa sector céntrico Shushufindi, Google maps



Figure 6 Calles Colombia y aguatico, Google Earth

Capítulo 2

Diseño de la investigación

Son los métodos y componentes que se eligen para llevar a cabo una investigación, usándolos de manera racional ayudando a fundamentar y orientar al investigador, y poder llegar a lo que se desea conocer con la investigación.

Paradigma o enfoque

Cuantitativo

Este enfoque es un método que asume una realidad relativa de contextos, que privilegia a profundidad el análisis, de las realidades en las que se centra la investigación de manera dinámica.

Cualitativo

En base a lo detallado este es el método de investigación a utilizarse para el modelo de negocio, ya que este usa el procedimiento a través de los significados desarrollados, utilizando imágenes, textos, discursos entre otros, describiendo de forma fiel lo que ocurre dentro de su entorno natural.

Método de investigación

Científico

Es un método experimental matemático que sirve para responder a preguntas que permiten construir para comprobar hipótesis o interrogantes, este modelo de investigación es el que se va utilizar para el presente trabajo investigativo, para desarrollarlo requiere dominio de conocimientos en el área o campo al que se esté dirigiendo la investigación y poder explicar claramente el comportamiento del o los fenómenos, con base científica generando cambios en la problemática que estén en desarrollo o bajo investigación.

Tipo de investigación

Investigación de campo

Como lo dice su nombre, este tipo de investigación se basa en la recolección de datos o muestra con un propósito específico de fuentes primarias, se realiza en lugares donde se desarrolle un evento o fenómeno que amerite estudio, existen algunos tipos de investigación de campo como la evolutiva, comparativa, descriptiva entre otras en la que se concentra la recopilación de información del fenómeno.

Nivel de investigación

Exploratorio descriptivo

Cuando se habla del nivel de investigación exploratorio normalmente es el examinar un problema o tema que no se ha abordado antes, y cuando se lleva a cabo este se debe de comprender a profundidad explorando su entorno y problemáticas, abordando con preguntas de todo tipo de manera flexible, en particular si no se lo ha hecho antes.

Unidad de análisis

Población y muestra

La población hace referencia al conjunto de los elementos a investigar todo individuo del que se va a obtener la información, especificando primeramente que o quien va a ser medido, el planteamiento inicial se determina según el objetivo y también el diseño de la misma, en este caso la población a estudiar es del cantón Shushufindi que registra un aproximado de 57.949 habitantes. (reliefweb, 2022)

Ejemplo:

Sujeto de estudio = productores de coco y empresas extractoras de aceite de coco:

Ya definiendo la unidad de análisis se delimitará cual es la población que se estudiará, del cual se obtendrá información para garantizar los resultados.

Fuente de consulta, datos generales del GAD

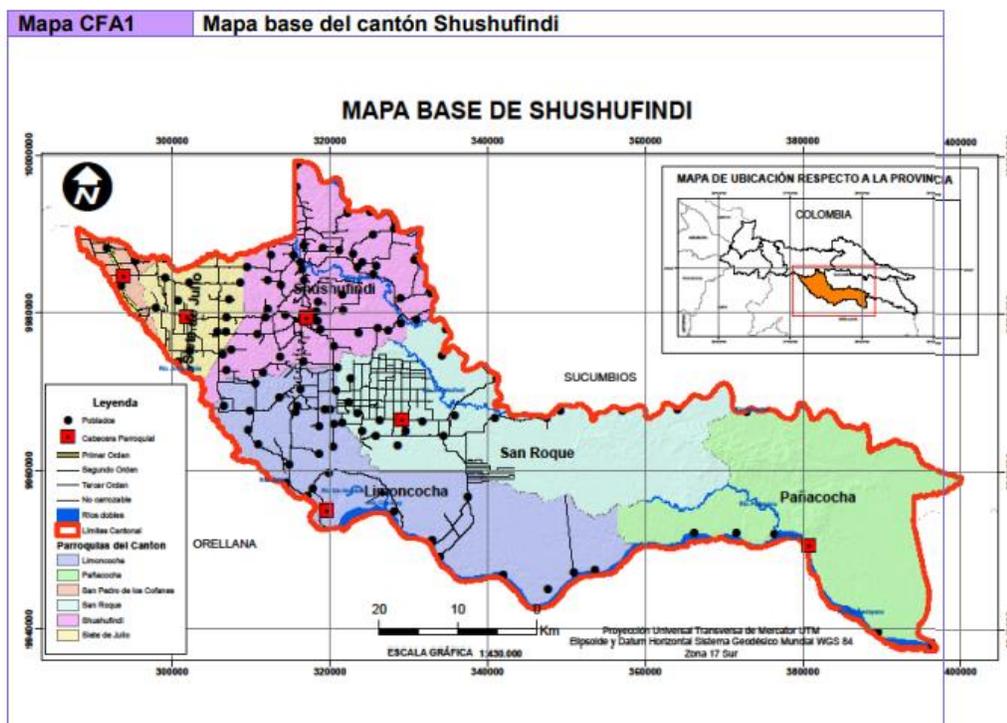


Figure 7 Mapa base Shushufindi

Y en cuanto al muestreo, depende de los objetivos de estudio, el tipo de proyecto y que se va a portar con el estudio a realizar, ya que cuando la población es muy grande y por delimitación de acceso a ella, la muestra nos ayuda a determinar la población por unidades seleccionadas, de esta manera los elementos del sector céntrico Shushufindi que consta de 23.375 están sujetos a realizar el experimento, se define como subgrupo que plasma los valores que se requieren dentro del estudio a realizar.

| | | | | | | | | | | |
|-----------|-------------|-----------------|---|--------------------|--------|--------|--------|----|----|----|
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SAN PEDRO DE LC | R | SAN PEDRO DE LC | 1.460 | 796 | 664 | 5 | 3 | 2 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SAN PEDRO DE LC | R | JIVINO VERDE | 1.019 | 531 | 488 | 4 | 2 | 2 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SIETE DE JULIO | R | SIETE DE JULIO | 2.966 | 1.636 | 1.330 | 9 | 5 | 4 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SIETE DE JULIO | R | LUZ DE AMERICA | 200 | 109 | 91 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | LIMONCOCHA | 2.111 | 1.085 | 1.026 | 6 | 3 | 3 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | NUEVO PARAISO | 45 | 28 | 17 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | UNIÓN AMAZÓNICA | 151 | 80 | 71 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | 24 DE MAYO | 67 | 31 | 36 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | YAMANUNKA | 480 | 216 | 264 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | LIMONCOCHA | R | SANI ISLA | 132 | 74 | 58 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | PANACCOCHA | R | PANACCOCHA | 480 | 261 | 219 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | PANACCOCHA | R | PUKA PEÑA | 112 | 59 | 53 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SAN ROQUE | R | SAN ROQUE | 2.093 | 1.167 | 926 | 7 | 4 | 3 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SAN ROQUE | R | SAN PABLO | 133 | 67 | 66 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SAN ROQUE | R | TIERRAS ORIENTALES | 172 | 108 | 64 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SHUSHUFINDI CEN | U | SHUSHUFINDI CEN | 23.375 | 12.986 | 10.389 | 67 | 37 | 30 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SHUSHUFINDI CEN | U | MISS ECUADOR | 420 | 231 | 189 | 2 | 1 | 1 |
| SUCUMBIOS | SHUSHUFINDI | SHUSHUFINDI CEN | U | SHUSHUFINDI CEN | 420 | 231 | 189 | 2 | 1 | 1 |

Figure 8 distributivos del CNE 2022

Datos de imagen solo de población económicamente activa

Para poder especificar cuál es el tamaño de la muestra se selecciona el cómo y el cuanto, con referencia al número de elementos de muestra aplicando la siguiente formula de probabilidad.

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

$$n = \frac{23375 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (23375 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{23375 * 0.96}{0.0025 * (23374) + 0.96}$$

$$n = \frac{22440}{59.395}$$

N= 377.80 muestra

Técnica de investigación

Encuesta

La técnica a utilizar será la encuesta para recolectar datos o información que se obtiene por medio de un banco de preguntas, con una sola finalidad la de conocer la opinión de la población en este caso del sector céntrico del cantón Shushufindi a cerca de un tema en específico como es la creación de una planta extractora de aceite de coco, esta puede

realizarse con preguntas abiertas, cerradas o de opción múltiple y pueden administrarse en persona o por internet ya sea un grupo de personas o a una sola.

Ejemplo de encuesta:

DISEÑO DE ENCUESTA

CREACIÓN DE ACEITES KOKO'S ANGEL SHUSHUFINDI

El siguiente Formulario de preguntas, se realiza con fines Educativos.

Genero

| | | | | | |
|----------|--|-----------|--|------|--|
| Femenino | | Masculino | | otro | |
|----------|--|-----------|--|------|--|

Edad

| | |
|-------------------|--|
| De 18 a 30 | |
| De 31 a 40 | |
| De 41 a 50 | |
| De 51 a 60 | |
| De 61 en adelante | |

1. ¿Usted consume aceite de coco?

| | | | |
|----|--|----|--|
| SI | | NO | |
|----|--|----|--|

2. En qué presentación consume usted aceite de coco.

| | |
|---------------------|--|
| Frascos desde 450ml | |
| Galones 4000ml | |
| Barril 10000ml | |

3. Con que frecuencia compra usted el aceite coco.

| | |
|--------------|--|
| Diariamente | |
| Semanalmente | |
| Mensualmente | |

4. Qué precio usted pagaría por el aceite de coco

| | |
|---------------|--|
| 450ml \$12,75 | |
|---------------|--|

| | |
|----------------|--|
| 1000ml \$23,50 | |
| 4000ml \$82,00 | |
| 10000ml \$200 | |

5. Conoce usted empresas extractoras de aceite de coco en Shushufindi.

| | |
|----|--|
| SI | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| NO | |
|----|--|

6. Considera usted que una empresa extractora de aceite de coco aportaría a la economía de Shushufindi.

| | |
|----|--|
| SI | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| NO | |
|----|--|

7. Cree usted que una empresa extractora de aceite de coco generaría plazas de empleo.

| | |
|----|--|
| SI | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| NO | |
|----|--|

8. Le gustaría que los productores cocoteros de la zona se beneficiaran de la venta directa a la empresa extractora de aceite.

| | |
|----|--|
| SI | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| NO | |
|----|--|

9. Considera Ud. que una empresa de este tipo afectaría ambientalmente.

| | | | |
|----|--|----|--|
| SI | | NO | |
|----|--|----|--|

| | |
|--------|--|
| TALVEZ | |
|--------|--|

Gracias por su valioso tiempo dedicado a esta encuesta, sus respuestas son de valor para nosotros.

Resultados y Análisis de Encuestas

Genero

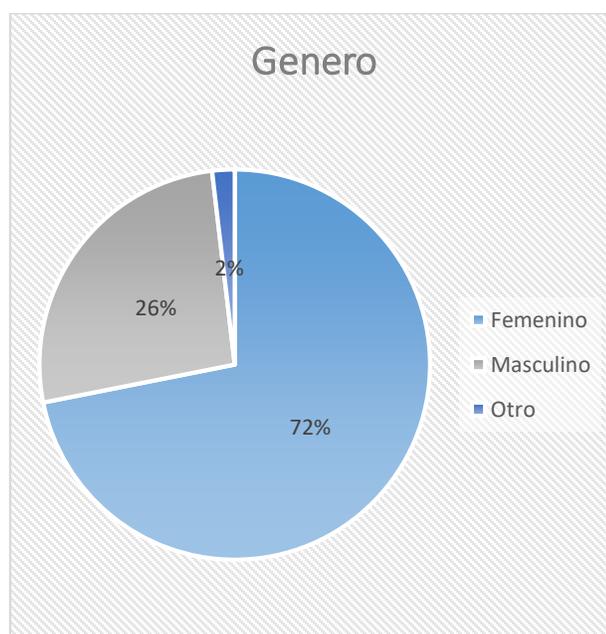


Figure 9 grafica porcentaje genero

| Genero | % |
|-----------|------|
| Femenino | 72% |
| Masculino | 26% |
| Otro | 2% |
| total | 100% |

Table 3 descripción resultada genero

Descripción

En el primer grafico de pregunta informativa sobre el género, tenemos un total de encuestados, siendo el 72% de mujeres, un 26% de hombres y contamos con el 2% de otro que representa la orientación sexual.

Edad

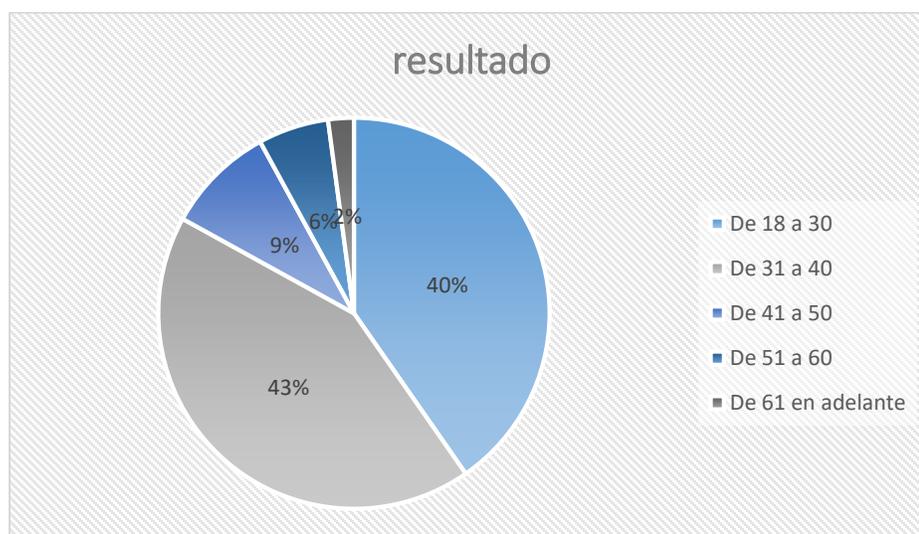


Figure 10 grafica porcentaje edad

| Edad | % |
|--------------------------|------|
| De 18 a 30 | 40% |
| De 31 a 40 | 43% |
| De 41 a 50 | 9% |
| De 51 a 60 | 6% |
| De 61 en adelante | 2% |
| total | 100% |

Table 4 descripción edades

Descripción

En el grafico dos correspondiente a datos sobre la edad de los encuestados, se observa un 40% que corresponde de 18 a 30 años de edad, seguidamente con el 43% correspondiente a las

edades de 31 a 41, el 9% representa de 41 a 50 años de edad, desde los 51 a 60 años de edad tenemos un 6% y por último tenemos 2% correspondientes a los 61 años de edad en adelante.

Pregunta 1

¿Usted consume aceite de coco?



Figure 11 grafica pregunta 1

| selección | % |
|-----------|------|
| SI | 84% |
| NO | 16% |
| TOTAL | 100% |

Table 5 descripción pregunta 2

Descripción

En el gráfico tres que corresponde a la primera pregunta sobre el consumo del aceite de coco, el 84 % de encuestados si consume y el 16% restante no consume el aceite de coco.

Pregunta 2

En qué presentación consume usted aceite de coco.

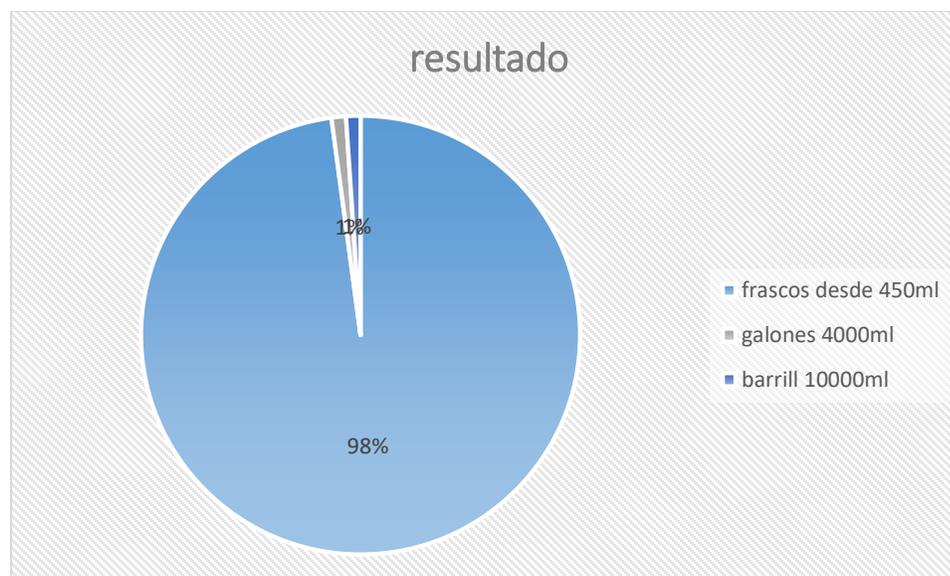


Figure 12 grafica pregunta 2

| selección | % |
|---------------------|------|
| frascos desde 450ml | 98% |
| galones 4000ml | 1% |
| barril 10000ml | 1% |
| total | 100% |

Table 6 descripción pregunta 3

Descripción

El grafico cuatro refiere a la pregunta dos sobre el tipo de presentación de consumo del aceite de coco, un 98% prefiere la presentación de 450ml, la presentación de 4000ml con el 1% y por último con el 1% prefiere la presentación de barril de 10000ml.

Pregunta 3

Con que frecuencia compra usted el aceite coco.

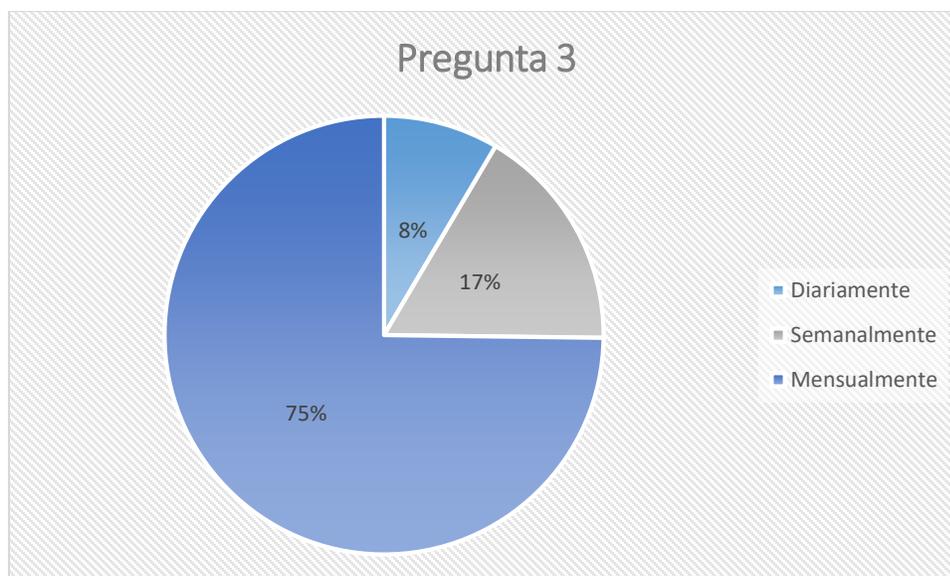


Figure 13 grafica pregunta 3

| selección | % |
|--------------|------|
| Diariamente | 8% |
| Semanalmente | 17% |
| Mensualmente | 75% |
| total | 100% |

Table 7 descripción pregunta 3

Descripción

En el grafico cinco que hacer referencia a la pregunta tres sobre la frecuencia que le gusta consumir el aceite de coco, el 8% le gusta consumir el producto diariamente, con un 17% que prefiere consumirlo semanalmente y el 75% lo consume mensualmente.

Pregunta 4

Qué precio usted pagaría por el aceite de coco

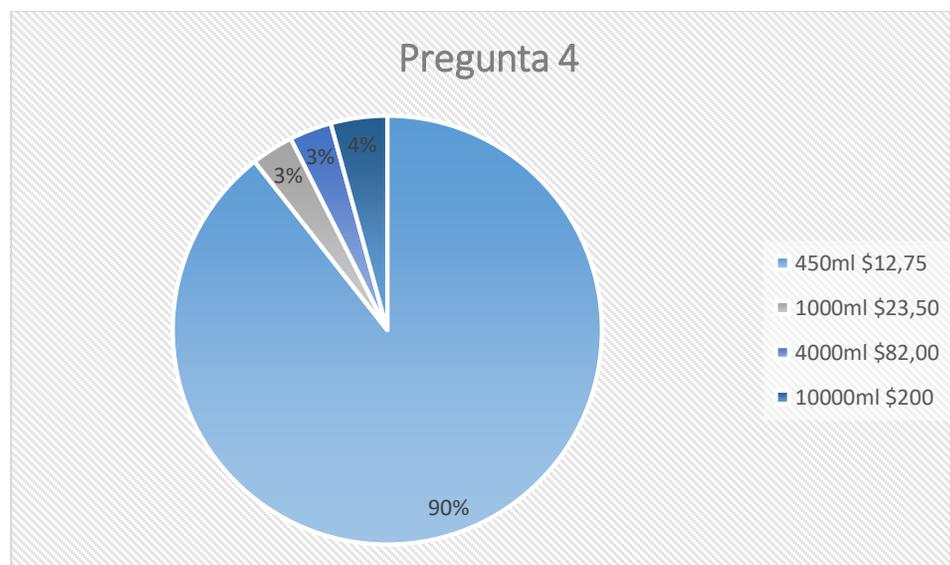


Figure 14 grafica pregunta 4

| selección | % |
|-----------------------|-------------|
| 450ml \$12,75 | 90% |
| 1000ml \$23,50 | 3% |
| 4000ml \$82,00 | 3% |
| 10000ml \$200 | 4% |
| total | 100% |

Table 8 descripción pregunta 4

Descripción

En el sexto gráfico con referencia a la pregunta cuatro de cuanto está dispuesto a pagar por el aceite de coco, un 90% de los encuestados está dispuesto a pagar 12.75\$ por 450ml, seguidamente del 3% que pagaría 23,50\$ por una cantidad de 1000ml, el 3% pagaría 82,00\$ y por último con un 4% que estaría dispuesto a pagar 200,00\$ por una cantidad de 10000ml.

Pregunta 5

Conoce usted empresas extractoras de aceite de coco en Shushufindi.

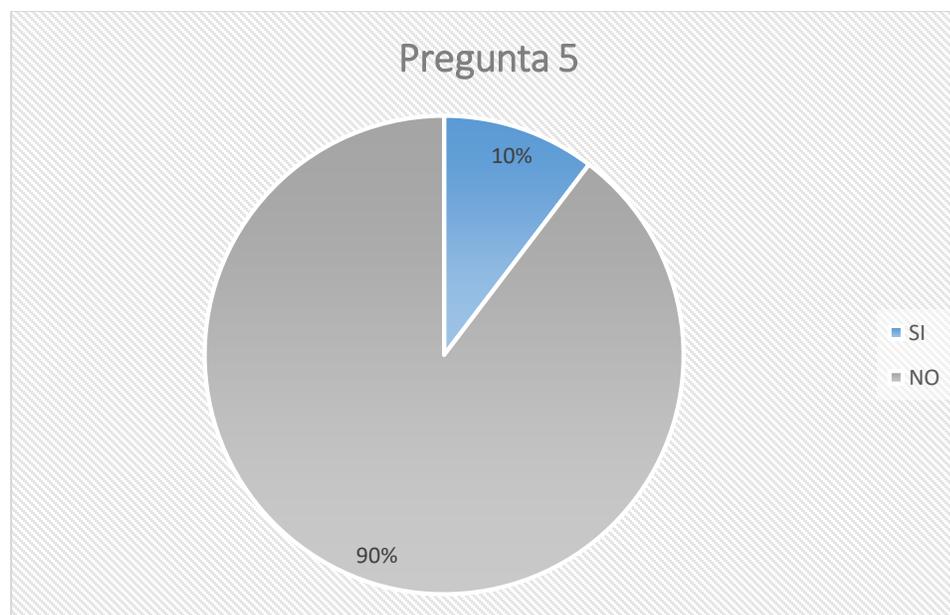


Figure 15 grafica pregunta 5

| selección | % |
|------------------|----------|
| SI | 10% |
| NO | 90% |
| TOTAL | 100% |

Table 9 descripción pregunta 5

Descripción

En la pregunta cinco que es representada por la gráfica siete donde el 90% de los encuestados no conocen una empresa extractora de aceite, y el 10% faltante si conocen una.

Pregunta 6

Considera usted que una empresa extractora de aceite de coco aportaría a la economía de Shushufindi.

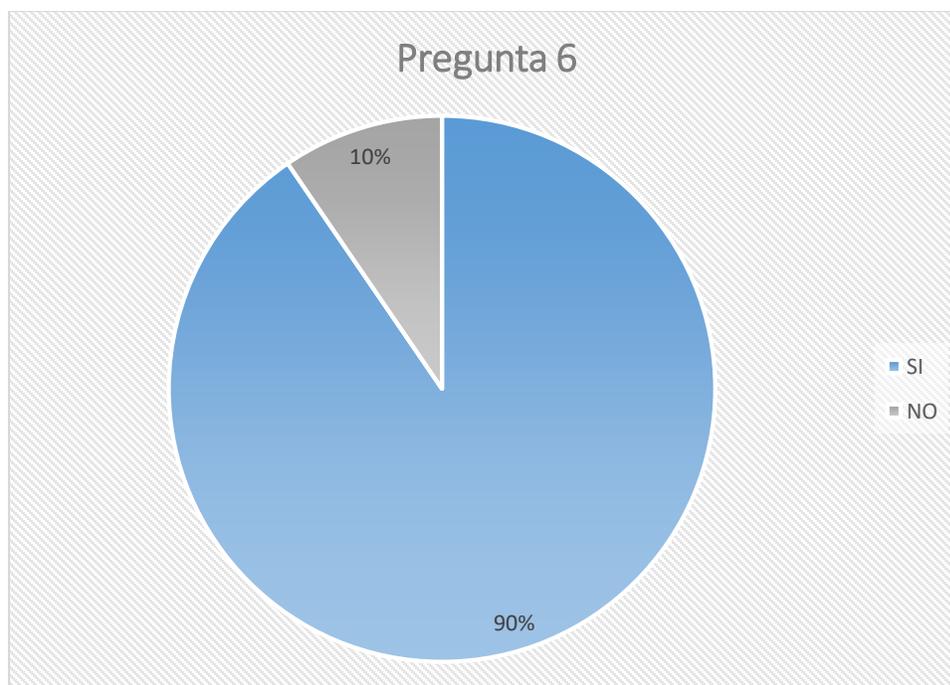


Figure 16 grafica pregunta 6

| selección | % |
|------------------|----------|
| SI | 90% |
| NO | 10% |
| TOTAL | 100% |

Table 10 descripción pregunta 6

Descripción

La pregunta seis se representa en la gráfica ocho con un 90% de encuestados que, si cree que la creación de una empresa extractora aportaría a la economía de Shushufindi, y un 10% con una respuesta de no.

Pregunta 7

¿Cree usted que una empresa extractora de aceite de coco generaría plazas de empleo?

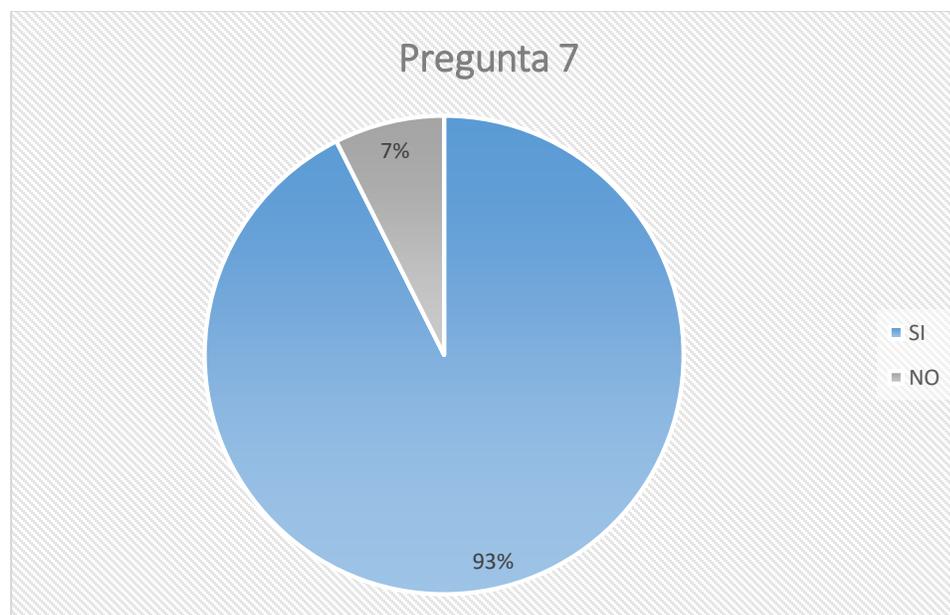


Figure 17 grafica pregunta 7

| selección | % |
|-----------|------|
| SI | 93% |
| NO | 7% |
| TOTAL | 100% |

Table 11 descripción pregunta 7

Descripción

La pregunta siete se representa en la gráfica nueve con un 93% que, si cree que la creación de una empresa extractora de aceite de coco genera plazas de trabajo, y el 7% que cree que no.

Pregunta 8

Le gustaría que los productores cocoteros de la zona se beneficiaran de la venta directa a la empresa extractora de aceite.

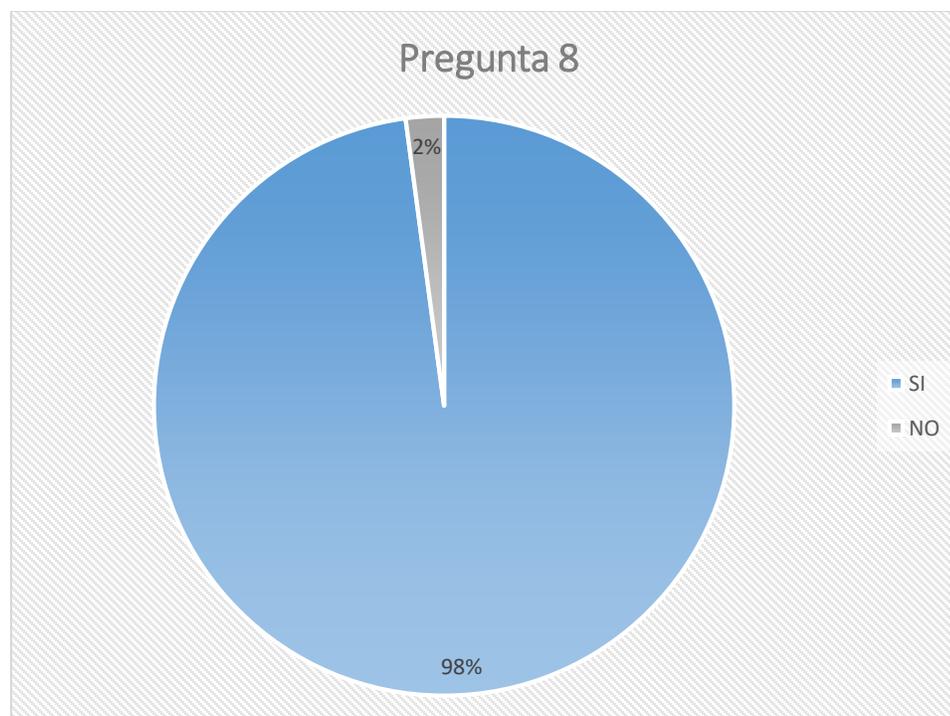


Figure 18 grafica pregunta 8

| selección | % |
|-----------|------|
| SI | 98% |
| NO | 2% |
| TOTAL | 100% |

Table 12 descripción pregunta 8

Descripción

Con referencia a la pregunta ocho en la gráfica diez, el 98% de los encuestados si está de acuerdo con que los productores de la zona se beneficien de la creación de una extractora de aceite de coco, y un 2% no está de acuerdo.

Pregunta 9

Considera Ud. que una empresa de este tipo afectaría ambientalmente.

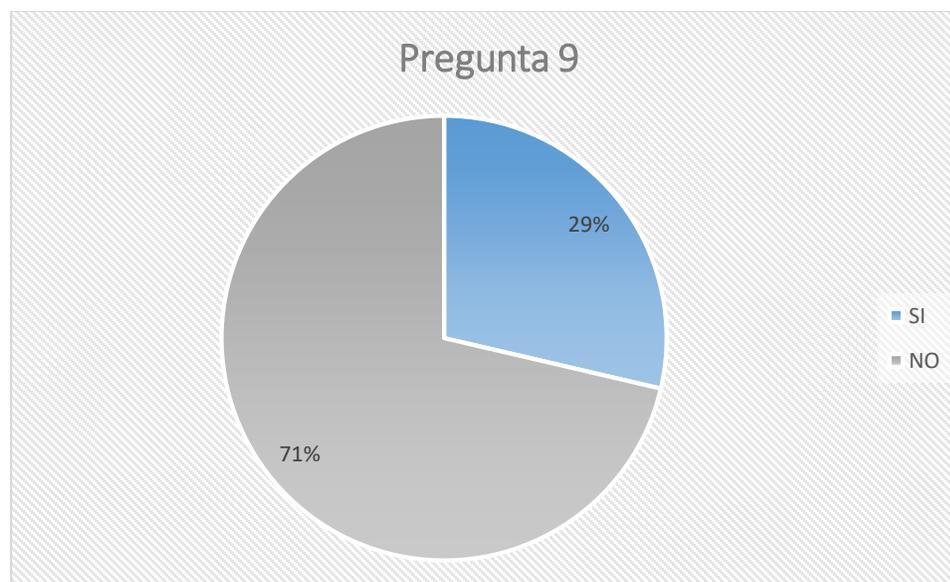


Figure 19 grafica pregunta 9

| selección | % |
|------------------|----------|
| SI | 29% |
| NO | 71% |
| TOTAL | 100% |

Table 13 descripción pregunta 9

Descripción

En la pregunta nueve se refleja en la gráfica once, que el 71% de los encuestados considera que la creación de una extractora de aceite de coco no afecta ambientalmente, y un 29% cree que si puede causar daños ambientales.

Análisis de encuesta

Por medio de la siguiente encuesta podemos ver que la creación de una planta extractora de aceite de coco en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos, tendrá una respuesta positiva en cuanto a proveedores y lugareños ya que sería una fuente de ingreso para todos aquellos que se dedican al cultivo cocotero, además de que todo productor que requiera el aceite de coco como materia prima para elaborar sus productos lo puede adquirir a precios más accesibles.

Capítulo 3

Propuesta

Segmento de mercado

Para dividir o segmentar un mercado se lo debe de hacer en función a sus características adaptando las diferentes necesidades, dirigido a un pequeño grupo de mercado al que se va a dirigir el producto o servicio, de esta manera se puede optimizar mejor presupuestos garantizando eficacia y rentabilidad.



Figure 20 segmento de mercado
Fuente: Economipedia

¿A quién pretende servir el modelo de negocio?

El objetivo de aceites KOKO'S ANGEL es llegar a clientes profesionales emprendedores de independencia económica, desde micro empresas farmacéuticas, alimenticias o cosmetóloga y personas que requieran el aceite para la fabricación de sus productos, cabe recalcar que el aceite de coco es un producto con alta demanda en estos nichos de mercado por sus altos beneficios a la salud humana.

Propuesta de valor

KOKO'S ANGEL una experiencia naturalmente extraída del paraíso.

Actualmente en el mercado buscan productos orgánicos que son más sanos para la salud del cuerpo humano, por eso ofrecemos productos orgánicos de calidad a precios cómodos, garantizando un producto confiable con la mejor selección de materia prima y poder entregar una experiencia al consumidor.

Mapa de empatía



Figure 21 mapa de empatía

| MATRIZ CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR | |
|---|---------------------------------|
| CRITERIOS | RESPUESTAS |
| Identificar precios | Tabla comparativa de precios de |

| competitivos | <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIBALE</th> <th>Aromas y especias</th> <th>Organic Life</th> <th>Coco Express</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PRECIO</td> <td>16.50</td> <td>9.50</td> <td>14.50</td> </tr> </tbody> </table> | VARIBALE | Aromas y especias | Organic Life | Coco Express | PRECIO | 16.50 | 9.50 | 14.50 |
|---|---|--------------|-------------------|--------------|--------------|-------------------------------|-------|------|-------|
| VARIBALE | Aromas y especias | Organic Life | Coco Express | | | | | | |
| PRECIO | 16.50 | 9.50 | 14.50 | | | | | | |
| Identificar el cliente al que queremos llegar | Clientes profesionales emprendedores de alta independencia económica, empresas farmacéuticas, alimenticias o cosmetóloga y personas que requieran el aceite para la fabricación de sus productos o consumo | | | | | | | | |
| Instaurar los controles de calidad del producto y procesos | Para garantizar la calidad del producto se lleva a cabo la selección y proceso con la adecuada estructura de manejo de la materia prima, y poder entregar un producto que satisfaga al cliente. | | | | | | | | |
| Reconocer necesidades y cómo podemos solucionarlos en base al perfil del cliente | El producto cuenta con diversas presentaciones que se pueden ajustarse con facilidad al requerimiento del cliente, además de la entrega a donde lo requiera a domicilio sin tener que preocuparse de la logística de transporte. | | | | | | | | |
| Identificar satisfacción que generamos con nuestro producto basados en el perfil del cliente | Satisfacer el requerimiento del cliente es nuestra prioridad, no solo en cantidad sino también en calidad llenando las expectativas. | | | | | | | | |
| Cuadro comparativo de ventajas que ofrecemos en | <table border="1"> <thead> <tr> <th>VENTAJAS</th> <th>Aromas y especias</th> <th>Organic Life</th> <th>Coco Express</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación en barril</td> <td>NO</td> <td>NO</td> <td>NO</td> </tr> </tbody> </table> | VENTAJAS | Aromas y especias | Organic Life | Coco Express | Presentación en barril | NO | NO | NO |
| VENTAJAS | Aromas y especias | Organic Life | Coco Express | | | | | | |
| Presentación en barril | NO | NO | NO | | | | | | |

| base a la competencia | Cantidades y entregas personalizadas | NO | NO | NO | — |
|--|--|----|----|----|---|
| Reconocer trabajos del cliente al adquirir el producto que ofrecemos y garantizar su satisfacción | Al momento de la adquisición del cliente por una cantidad moderada alta se le dará promociones, descuentos o regalos incentivo como nuestro cliente. | | | | |
| Verificación de procesos de calidad, producción y entrega del producto y poder brindar lo mejor a nuestros clientes | Mantener los procesos de calidad y producción del producto bajo los estándares requeridos, control de nivel de satisfacción del cliente por medio de un muestreo de producto y conocer su opinión. | | | | |
| Diseño de marca y lo que queremos brindar con ella | Nuestra marca de aceites KOKO'S ANGEL corresponde a la fusión de los nombres KOKO'S con referencia a la fruta del coco y ANGEL por todos los beneficios que brinda la fruta que parecen una bendición del cielo. | | | | |



Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.

Presentaciones del producto:

| |
|---------------------|
| frascos desde 450ml |
| galones 4000ml |
| barril 10000ml |

Las presentaciones del producto siempre serán a disposición del requerimiento del cliente, nos ajustamos a sus necesidades.

Table 14 MATRIZ CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR

Canales de distribución



Figure 22 canales de distribución
FUENTE: Marketeros LATAM

Para la venta y familiarización del producto será por redes sociales, página web y punto de venta en producción, donde el cliente podrá conocer todo sobre el producto y la empresa, el cliente por medio de estas herramientas puede obtener el contacto de la empresa también podrá adquirir el producto.

| CANALES | FASES DE CANALES | | | | | |
|---------|---|---|---|---|--|-------------------------------------|
| | INFORMACIÓN | EVALUACIÓN | COMPRA | ENTREGA | POSVENTA | |
| | Método con que se hará la familiarización del producto que ofrecemos. | Herramienta con la que el cliente podrá evaluar nuestro producto. | Maneras con las que el cliente puede adquirir su producto y formas de pago. | La entrega de nuestra propuesta de valor al cliente. | Tipo de atención y servicio al cliente después de la venta del producto. | |
| PROPIO | DIRECTO | EQUIPO COMERCIAL | Publicidad del producto mediante redes sociales y punto de ventas | Maneras de pago en efectivo, transferencia bancarias, tarjetas. | Se realizará a donde el cliente lo requiera | Asesoramiento y ventas |
| | | VENTAS EN LINEA | Página web, redes sociales | Reservaciones y adquisición | Se realizará a donde el cliente lo requiera | Correos de encuesta de satisfacción |

Table 15 Canales de distribución

Relación con el cliente



Figure 23 Relación con el cliente

FUENTE: Emailmanager

Relación que se mantendrá con el cliente

Para que nuestro cliente sea participe de nuestro producto en visitas al proceso de elaboración y medidas de calidad, para afianzar su confianza en nuestro producto y estrechar lazos de alianza se le ofrecerá regalo incentivo que lo acerque a nuestro producto.

Adicionalmente si sus compras son en cantidades grandes, se le hará descuentos en su adquisición y la logística de llegada del producto corre por cuenta propia de la empresa sin recargos de esta manera asegurar la satisfacción del cliente con nuestra empresa y producto.

| TIPO | DESCRIPCIÓN | EJEMPLIFICACIÓN |
|---------------------|--|--|
| Experiencia | Capacidad de ajuste a requerimientos del cliente | Desde la cantidad más pequeña desde los 250ml hasta barriles |
| Comodidad | Entrega a domicilio | Entrega directa a donde el cliente lo requiera |
| Satisfacción | Producto de calidad y beneficios de compra. | Descuentos de adquisición y regalos incentivos |

Table 16 Relación con el cliente

Fuentes de ingreso



Figure 24 Fuente de ingresos
FUENTE: Forma de obtención de ingresos

La fuente de ingresos de KOKO'S ANGEL se lo realizara por medio de nuestro principal producto que es el aceite de coco con cantidades personalizadas por nietro cliente, y entregas a domicilio.

| TIPO | DESCRIPCIÓN |
|-----------|---|
| VENTA | <ul style="list-style-type: none"> • Aceite de coco. |
| INVERSION | <ul style="list-style-type: none"> • Compra de material prima para la producción. |
| SOCIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Los socios invertirán sus bienes y capitales para el desarrollo del proyecto. |

Table 17 Fuentes de ingreso

Recursos clave



Figure 25 Recursos clave
FUENTE: Negocios mipe

Para KOKO'S ANGEL es importante contar con recursos físicos como infraestructura y medios de transporte para la distribución del producto, intelectual como diseño de imagen de la empresa páginas web y bases de datos, humano personal calificado para procesos de producción y socios claves como proveedores y el económico que son necesarios para el desarrollo de la empresa y el de nuestro producto, de esta manera fluirá la producción y la empresa.

| RECURSO | DESCRIPCIÓN |
|---------------|---|
| FINANCIEROS | <ul style="list-style-type: none"> Capital inicial de inversión para comenzar producción |
| FÍSICOS | <ul style="list-style-type: none"> Acopio de materia prima y inspección de la misma |
| TECNOLÓGICOS | <ul style="list-style-type: none"> Mecanismo apropiado y necesario para la producción del aceite de coco |
| INTELECTUALES | <ul style="list-style-type: none"> Diseño de imagen y páginas web de la empresa |
| HUMANOS | <ul style="list-style-type: none"> Personal calificado para producción y atención al cliente |

Table 18 Recursos clave

Actividades claves

ACTIVIDADES CLAVE



Figure 26 Actividades claves
FUENTE: soluciones conscientes

Para poder tener buenos tiempos con producción y tener buena relación con nuestros clientes, el tener buena relación con proveedores para tener materia prima de calidad y además tener en stock cantidades necesarias que satisfagan la producción interna, monitoreo constante y mantenimiento de maquinaria para asegurar calidad del producto y mantener alta calidad, mantener estrecha relación con el cliente por las website de la empresa y en los puntos de producción para poder brindar un mejor servicio.

| ACCION | DESCRIPCIÓN |
|---------------------|---|
| EJECUCIÓN | <ul style="list-style-type: none"> • Especializar requerimientos del cliente |
| PRODUCCIÓN | <ul style="list-style-type: none"> • Optimización de procesos de producción |
| CONTROL DE CALIDAD | <ul style="list-style-type: none"> • Control adecuado en la producción para tener un buen producto final |
| SERVICIO AL CLIENTE | <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada al cliente |

Table 19 Actividades claves

Socios clave



Figure 27 Socios clave
FUENTE: Modelo canvas

Los socios clave de KOKO'S ANGEL son los proveedores en este caso los productores cocoteros de la zona quienes nos suministran la materia prima para iniciar el proceso de producción y nuestros clientes quien serán nuestra fuente de ingreso económico por la adquisición de nuestro producto.

| PROVEEDORES | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| ING. KARLA VÁSQUEZ | <ul style="list-style-type: none"> Gerente general empresa Ebioplant del Ecuador |
| ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS SUCUMBÍOS | <ul style="list-style-type: none"> Cocoteros afiliados a la asociación de la gobernación de sucumbíos y colaboradores de la mancomunidad de agricultura en sucumbíos, productores finqueros de la zona |
| CLIENTES | DESCRIPCIÓN |
| TNLGO. PATRICIO NARVAEZ | <ul style="list-style-type: none"> Presidente, Unión de comunidades de San Pablo del Lago (UNCISPAL) |
| TNLGA. ELSA ESCOLA | <ul style="list-style-type: none"> Dueña de (TAURI) productos naturales |

Table 20 Socios clave

Estructura de costos

En esta región, por su ubicación, reducción de costos y disponibilidad a precios favorables de fácil abastecimiento de materia prima a las instalaciones de producción de del aceite de coco, estos precios permiten competir en el mercado

Los precios cotizados en el estudio se basarán en el costo de producción más el ingreso marginal, que tiene en costos de oportunidad y las proyecciones de inversión para la planta extractora

Capacidad Instalada de Producción

| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ventas diarias unidades | 30 | | | | |
| Ventas mes unidades | 600 | - | - | - | - |
| Ventas año (Unidades) | 7.200,00 | 9.000,00 | 11.250,00 | 13.500,00 | 16.200,00 |

Table 21 CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN

| <u>PROYECCION DE COMPRAS KOKO'S ANGEL</u> | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| COMPRAS | | | | | |
| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
| Compra coco | 7.200,00 | 9.000,00 | 11.250,00 | 73.002,00 | 83.952,30 |
| Etiquetas | 216,00 | 270,00 | 337,50 | 2.190,06 | 2.518,57 |
| Envases | 360,00 | 450,00 | 562,50 | 3.650,10 | 4.197,62 |
| Tapas | 360,00 | 450,00 | 562,50 | 3.650,10 | 4.197,62 |
| Publicidad | 72,00 | 90,00 | 112,50 | 730,02 | 839,52 |
| PRECIO COMPRA | | | | | |
| Etiquetas | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 |
| Envases | \$2,00 | \$2,00 | \$2,00 | \$2,00 | \$2,00 |
| Tapas | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 |
| Publicidad | \$5,00 | \$5,00 | \$5,00 | \$5,00 | \$5,00 |
| TOTAL COMPRAS | \$9,00 | \$9,00 | \$9,00 | \$9,00 | \$9,00 |
| Total, etiquetas | \$216,00 | \$270,00 | \$337,50 | \$2.190,06 | \$2.518,57 |
| Total, envases | \$720,00 | \$900,00 | \$1.125,00 | \$7.300,20 | \$8.395,23 |

| | | | | | |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Total, tapas | \$360,00 | \$450,00 | \$562,50 | \$3.650,10 | \$4.197,62 |
| Total, publicidad | \$360,00 | \$450,00 | \$562,50 | \$3.650,10 | \$4.197,62 |
| | | | | | |
| COMPRAS TOTALES | \$1.656,00 | \$2.070,00 | \$2.587,50 | \$16.790,46 | \$19.309,03 |

Table 22 PROYECCION DE COMPRAS KOKO'S ANGEL

Lienzo cavas



Figure 28 modelo de negocios canvas

Plan de acción

Koko'S Angel

Concepto

La creación de aceites KOKO'S ANGEL nace de la idea de brindar un producto natural y aprovechar la materia prima del sector, siendo socialmente ayuda para las familias que se dedican a la producción de esta fruta, el de aceite de coco orgánico busca ingresar al mercado en el ámbito de la cosmética, alimenticia y lo saludable para el consumidor, garantizando los beneficios y calidad del producto.

El nacimiento del nombre de KOKO'S ANGEL se da por los beneficios de la fruta, ya que tiene muchos beneficios para la salud y además en muchos lugares del Caribe e India esta fruta es un alimento básico y muy apreciado por que contiene liquido y comida la vez, y para las familias de muy bajos recursos esta fruta forma parte de su alimentación diaria, y en base a esto la nombramos así porque todos sus beneficios son como una bendición, de esta manera KOKO'S que en referencia al nombre de la fruta del coco y ANGEL por sus divinas propiedades.



Figure 29 LOGOTIPO

Fuente: elaboración propia

El Logo contiene los siguientes elementos de diseño basados en el nombre, los cocos porque de él se va a obtener el producto final y como referencia un pote con aceite de coco y por ultimo las alas como referencia a todas las bondades que brinda el aceite de coco.

Misión

Nuestra misión se suministrará productos derivados de coco para brindar a nuestros clientes productos que satisfagan sus necesidades y deseos, al mantener los más altos estándares

de calidad y eficiencia, nuestro enfoque nos permite desarrollar mercados donde compiten nuestros productos.

Visión

Ser una empresa que se poseione en el mercado nacional, orientada a lograr la satisfacción de nuestros clientes, manejando un adecuado concepto de calidad en nuestros productos, con un servicio de calidez, con ética empresarial y responsabilidad social.

Organigrama Estructural

El siguiente organigrama estructural de KOKO'S ANGEL está establecido de la siguiente manera:

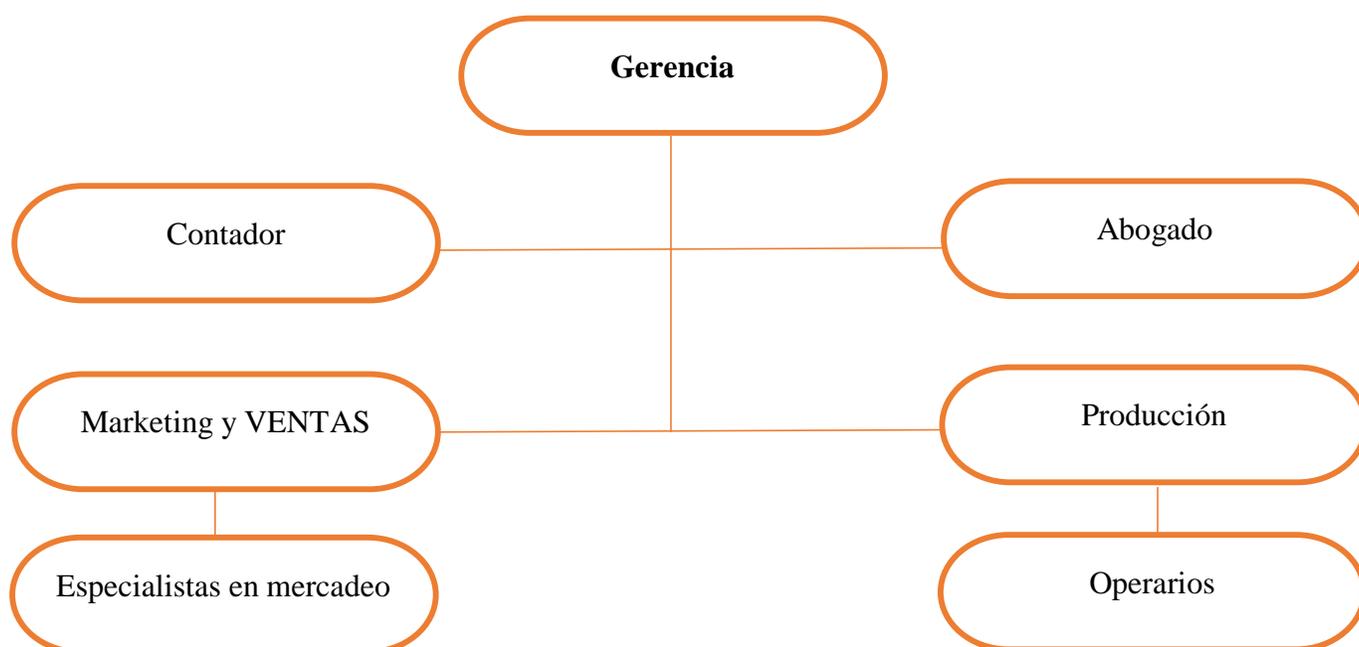


Figure 30 Organigrama estructural

Tablas estructurales de funciones de la empresa

Dentro de las funciones empresariales se detalla de siguiente manera, con las siguientes designaciones de puestos.

| DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO | |
|---|--------------------------|
| Cargo a Desempeñar: | Gerente – Administrativo |
| Jefe Inmediato: | Comité Ejecutivo |
| Número de vacantes: | 1 (UNO) |
| FUNCIONES | |
| Esta encargado de Dirigir y Representar legalmente la empresa. | |
| Planificar, coordinar, organizar, supervisar y controlar la producción. | |
| Manejo de programas administrativos. | |
| Conocimiento y cumplimiento de las normas legales de la empresa. | |
| Evaluar constantemente los costos de producción y los que se ofrecen al mercado. | |
| Elaborar plan de mercadeo para los vendedores. | |
| Verificar las autorizaciones de pagos dentro de la empresa . | |
| Realizar juntas, para informar a los socios si se están cumpliendo las proyecciones | |
| Elaboración del presupuesto de ventas mensuales. | |
| REQUISITOS: | |
| Ingeniero de Producción, Ingeniero Industrial, Ingeniero en Alimentos | |
| Certificación en conservación y manipulación de alimentos o similares | |
| De preferencia Estudios de Cuarto Nivel | |
| EXPERIENCIA: | |
| Tres (3) años de experiencia en cargos administrativos | |
| OTROS REQUISITOS: | |
| Dominio de Ingles indispensable. | |

Table 23 Tablas estructurales de funciones gerencia

| DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO | |
|---|---------|
| Cargo a Desempeñar: | Abogado |
| Jefe Inmediato: | Gerente |
| Número de vacantes: | 1 (UNO) |
| FUNCIONES | |
| Tener presencia en la empresa informando anomalías legales que se presenten | |
| Participar dentro de las reuniones e informar sobre sus funciones. | |
| Brindar su asesoría en temas jurídicos que gestiones la empresa. | |

Elaborar el reglamento interno de la empresa.

REQUISITOS:

Abogado

EXPERIENCIA:

Tres (3) años de experiencia en cargos similares

Experiencia en trámites aduaneros

Exportaciones

OTROS REQUISITOS:

Tener buen trato con el personal

Table 24 Tablas estructurales de funciones abogado

DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO

Cargo a Desempeñar: Contador

Jefe Inmediato: Gerente

Número de vacantes: 1 (UNO)

FUNCIONES

Velar por mantener la empresa al día en materia fiscal y tributaria.

Tener pendiente los flujos de ingresos e egresos de activos de la empresa

Informar a sus superiores sobre el presupuesto que gasta y genera la empresa

Realizar informes financieros, para ver los estados de cuentas de la empresa.

Presentar periódicamente la información de manera clara y precisa.

Tener al día disposiciones tributaria tales como: IVA, Retenciones, Impuestos, Aranceles, etc.

REQUISITOS:

Contador público con tarjeta profesional CPA.

Experiencia en trámites aduaneros

Exportaciones

EXPERIENCIA:

Dos (2) años de experiencia en cargos similares

OTROS REQUISITOS:

Ser Proactivo, adaptable, buen trato con el personal

Table 25 Tablas estructurales de funciones contador

DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Cargo a Desempeñar: | Asistente Administrativo |
| Jefe Inmediato: | Gerente de producción |
| Número de vacantes: | 2 (DOS) |

FUNCIONES

Mantener informados a sus superiores los problemas que se susciten.
 Controlar y verificar los registros necesarios dentro del control de ventas.
 Acatar las funciones asignadas por el supervisor encargado dentro de su área.
 Tener participaciones en las reuniones de trabajos dentro de su área.
 Elaborar estrategias de ventas de los productos elaborados

REQUISITOS:

Titulo bachiller
 Cursos sobre manipulación de alimentos

EXPERIENCIA:

Dos (2) años de experiencia en cargos similares

OTROS REQUISITOS:

Capacidad para trabajar en equipo

Table 26 Tablas Estructurales de Funciones Asistente Adm

DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO

| | |
|----------------------------|-----------------------|
| Cargo a Desempeñar: | Operario |
| Jefe Inmediato: | Gerente de Producción |
| Número de vacantes: | 14 (CATORCE) |

FUNCIONES

Cumplir con los horarios establecidos en la empresa
 Realizar las funciones asignadas por sus superiores en cada áreas de la empresa
 Mantener informado a sus superiores sobre anomalías suscitadas en el área de trabajo.
 Cumplir con el reglamento interno establecido dentro de la empresa
 Llevar al día los registros de control de producción
 Participar en las reuniones de trabajo.
 Tener limpio las áreas de trabajos
 Recibir, pesar, almacenar, la materia prima
 Despachos de las ordenes solicitadas
 Cargas y descargas del producto

Buen uso de equipos, herramientas y maquinarias utilizadas en las actividades diarias

Transporte y desalojo de desperdicios a sitios establecidos

REQUISITOS:

Título Bachiller, licencia de conducir

EXPERIENCIA:

Un (1) años de experiencia, tener conocimiento en agricultura

OTROS REQUISITOS:

Trabajo en equipo, responsable y puntual

Table 27 Tablas estructurales de funciones operario

DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO

Cargo a Desempeñar: Personal varios Oficios

Jefe Inmediato: Gerente

Número de vacantes: 3 (TRES)

FUNCIONES

Cumplir con los horarios establecidos en la empresa

Cumplir con las asignaciones destinadas por los jefes

Mantener el establecimiento en óptimas condiciones de aseo

Velar por el aseo y el orden de la empresa

REQUISITOS:

Título Bachiller

EXPERIENCIA:

Un (1) años de experiencia en cargos similares

OTROS REQUISITOS:

Trabajo en equipo, responsable y puntual

DESCRIPCION DEL PUESTO REQUERIDO

Cargo a Desempeñar: Secretaria

Jefe Inmediato: Gerente

Número de vacantes: 2 (DOS)

FUNCIONES

Coordinar los trabajos de gerencia

REQUISITOS:

Título Secretaria Ejecutiva

Nivel de inglés: Intermedio

EXPERIENCIA:

Un (1) años de experiencia en cargos similares

OTROS REQUISITOS:

Excelente calidad Humana y buen trato con el personal

Table 28 Tablas estructurales de funciones oficinas varios

Diagrama de distribución de fabrica

En el siguiente plano se muestra como estará distribuida las áreas dentro de la planta extractora.

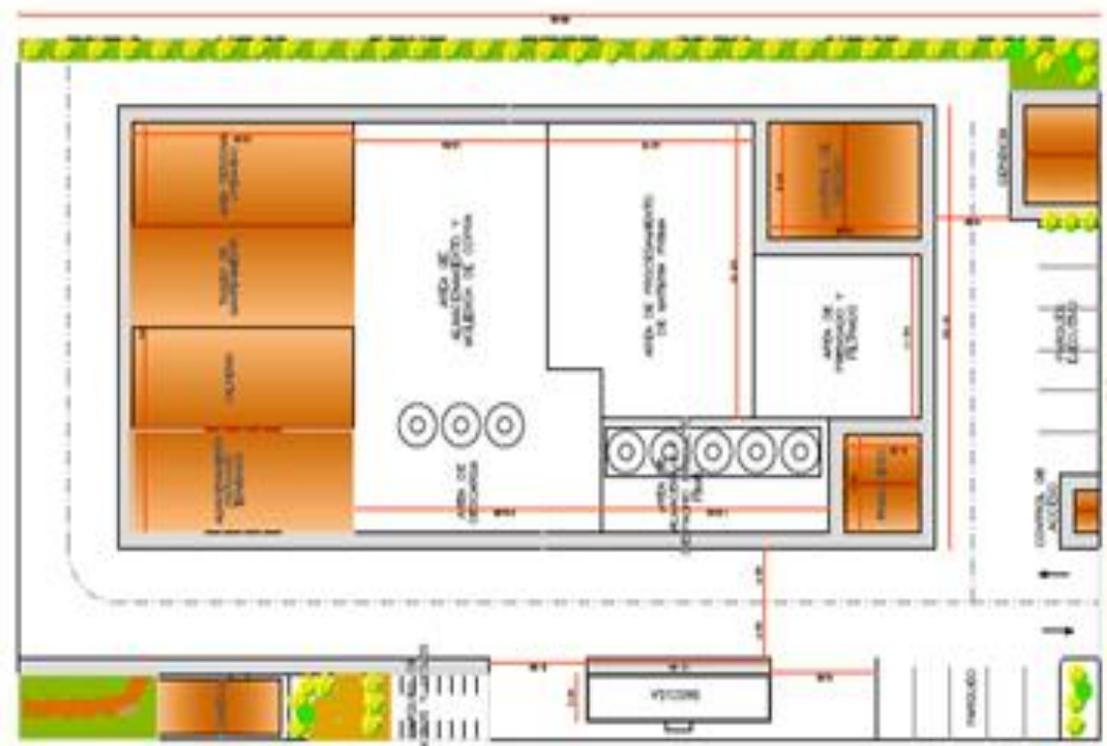


Figure 31 plano planta extractora

Características del producto

El aceite de coco es un producto muy versátil y tiene una alta demanda en la cosmética la gastronomía y la medicina, por este aspecto nos unimos a este gran nicho de mercado dando a conocer nuestro producto de la siguiente manera:

| CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO: | LÍNEA ESTÁNDAR | | | | | | | | | |
|--|--|--|--------|---------|---------|----------|---------|---------|----------|----------|
| TIEMPO DE PRODUCCION Y ENTREGA | 48 HORAS | | | | | | | | | |
| TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA | 72 HORAS logística, climas inadecuados para transporte | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Presentación en cantidad de producto | 450 ml <hr/> 1000 ml <hr/> 4000 ml <hr/> 10000 ml | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Presentación de contenido | Frasco de vidrio de 450 ml forma circular <hr/> Frasco de vidrio de 1000 ml forma circular <hr/> Mini barril de 4000 ml <hr/> Barril de 10000 ml | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> precio | <table border="1"> <tbody> <tr> <td>450 ml</td> <td>12.75\$</td> </tr> <tr> <td>1000 ml</td> <td>23.50 \$</td> </tr> <tr> <td>4000 ml</td> <td>82.00\$</td> </tr> <tr> <td>10000 ml</td> <td>200.00\$</td> </tr> </tbody> </table> | | 450 ml | 12.75\$ | 1000 ml | 23.50 \$ | 4000 ml | 82.00\$ | 10000 ml | 200.00\$ |
| 450 ml | 12.75\$ | | | | | | | | | |
| 1000 ml | 23.50 \$ | | | | | | | | | |
| 4000 ml | 82.00\$ | | | | | | | | | |
| 10000 ml | 200.00\$ | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Imagen prototipo del producto final: |  | | | | | | | | | |

Table 29 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Imágenes prototipo del producto final y regalos incentivos para clientes:



Figure 32 Imagen prototipo del producto incentivo al cliente



Figure 33 Imagen prototipo presentación del producto

Diagrama de procesos de producción

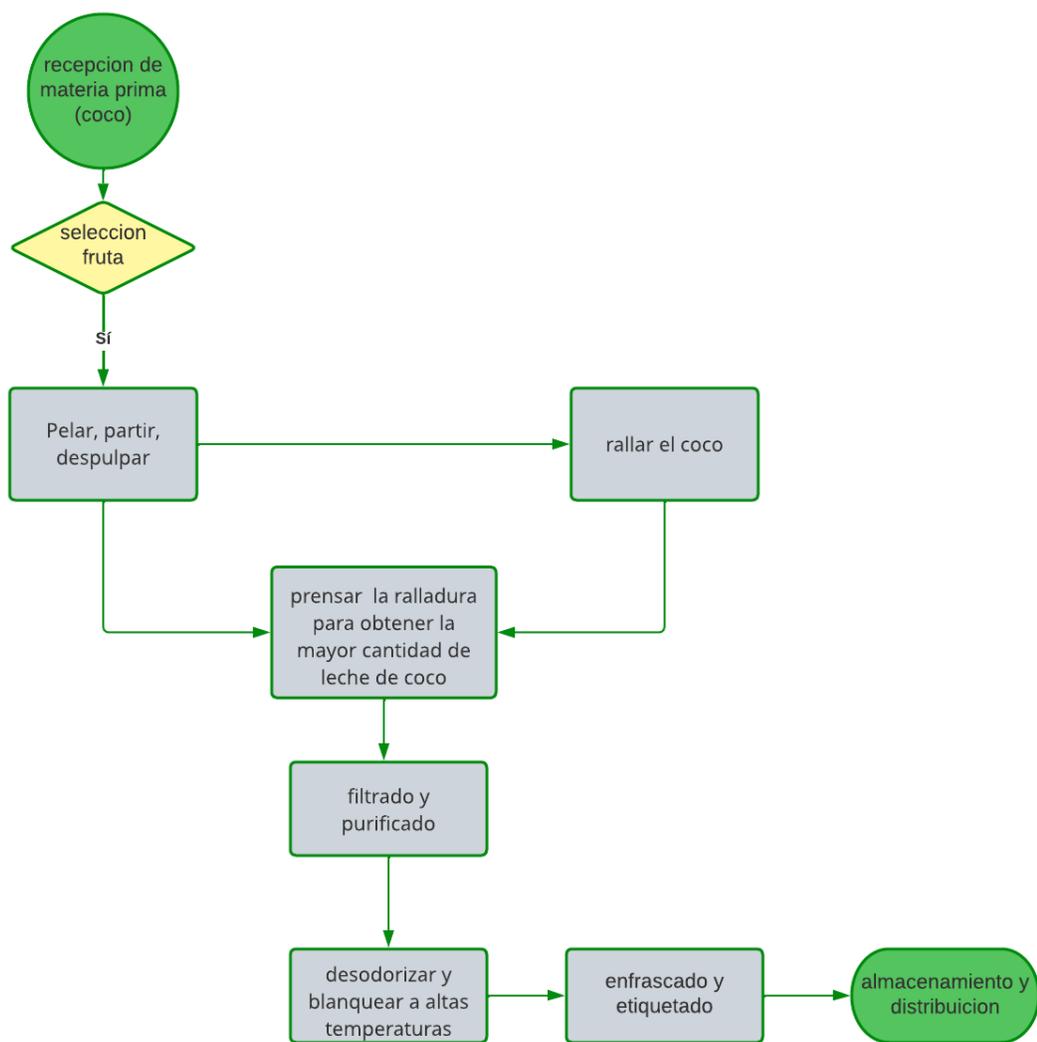


Figure 34 diagrama de flujo

| PROCESO DE PRODUCCIÓN | | |
|---------------------------------|-----------------|---|
| Etapa | Actividad | Descripción |
| Recepción de materia prima | Revisión | En la recepción de la materia prima se revisa la fruta y la cantidad requerida. |
| | Clasificación | Se clasifica la fruta y se verifica si hay frutas dañadas o en mal estado por transporte |
| | Almacenamiento | Después de clasificar se procede a almacenar en espacios adecuados para evitar el daño de la fruto y comenzar el proceso de producción. |
| Elaboración del producto | Primer proceso | El proceso inicia pelando, partiendo y despulpando el coco. |
| | Segundo proceso | se procede a los ralladores para después la ralladura pasa a la prensa hidráulica |
| | Tercer proceso | Después se purifica filtrando, se blanquea y se desodoriza en altas temperaturas para eliminar y evitar contaminantes. |
| | Cuarto proceso | Seguidamente se inicia el envasado del producto y etiquetado, pasa por filtro de control de calidad |
| | Quinto proceso | Almacenar el áreas frescas y sin luz seguido de esto se inicia el proceso de distribución a clientes |
| Entrega del producto al cliente | Distribución | Para iniciar la logística de entrega a clientes primero se hace la última revisión de control de calidad del producto con la verificación correspondiente y poder certificar su buen estado, después de esto se realiza la entrega debida a los clientes. |

Table 30 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Foda

Esta herramienta de análisis FODA manifiesta el estudio de la interacción entre las características específicas de la empresa y su entorno competitivo.

| FODA | |
|---|--|
| <p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frutas de alta calidad • Cosecha todo el año calendario • Disponibilidad de tierra • Conocimiento en el campo de las frutas • Personal para trabajo de campo • Personal para trabajo técnico • Unión entre los productores • Buena relación pública-privada | <p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en la productividad por ha • Convenios interinstitucionales • Asesoramiento técnico especializado • Financiamiento para inversión • Apoyo del Gobierno autónomo descentralizado • Apoyo del Municipio de sucumbíos |
| <p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en temas de exportación • Bajo conocimiento tecnificado de las tierras • Bajo manejo de sistemas de riego • Desconocimiento del mercado internacional • Pocas asociaciones legalizadas • No existe una estructura como empresa • Poco nivel de endeudamiento | <p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fenómenos naturales • Inestabilidad política • Inestabilidad económica • Plagas y enfermedades • Desorganización desde las bases de los productores • Futuros emprendimientos con la misma visión de negocio |

Table 31 FODA

Diagrama de porter



Figure 35 diagrama de Porter

Estrategias con la barrera de Porter

Cientes: Estamos enfocados en brindar un producto natural y en satisfacer el requerimiento del cliente ya sea en pequeñas o grandes cantidades, con atención personalizada que nos ayude a crear alianzas estratégicas cubriendo las necesidades de cada cliente brindando productos orgánicos de calidad.

Competencia en el mercado: En el mercado existen empresas extractoras de aceites con marcas posesionadas que están situadas en la costa ecuatoriana, es verdad que existe el producto, pero a muy altos precios, la ventaja que se tiene ante este nicho es que en la región amazónica no hay una empresa registrada que cubra la necesidad del consumidor donde tenemos la cobertura

de ingresar a competir con precios más accesibles y con producto de alta calidad ya que la producción se estaría dando en la zona el cual abarata costos de transporte.

Amenazas entrantes: hasta la actualidad no existe una empresa registrada que se dedique a este rubro en la región, sin embargo, existe la posibilidad de que ingresen nuevos competidores en el mercado regional canalizándose en un mismo modelo de negocio.

Proveedores: En la localidad existen muchos productores de clase social baja que viven de este cultivo y se dedican a expandirlos en las vías, por lo que nos facilitaría la posibilidad de iniciar alianzas en las que nos beneficiaríamos como empresa al adquirir la materia prima y los proveedores en tener ingresos, adicionalmente se trabajara de la mano con la asociación de productores agrícola de sucumbíos dónde se cuenta con productores cocoteros asociados de la comunidad.

Amenazas de productos sustitutos: En el mercado existen productos sintéticos que son mucho más rápidos de elaborar y abarata costos de producción, en consecuencia, el consumidor opta en su mayoría por lo más económico, sin embargo, KOKO'S ANGEL tiene la ventaja de que se produce en la zona y brinda un producto de calidad y a precios accesibles.

Análisis de Viabilidad del Negocio

Se realiza un estudio financiero, formulación de pronóstico económico y predeterminación de costos de operación, la investigación y análisis de la viabilidad económica proveniente de la región de implementación de dicho proyecto y finalmente el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

VALORACION DE LA INVERSIÓN KOKO'S ANGEL

| ACTIVO | VALOR ORIGINAL |
|--|-----------------------|
| mano de obra | 300 |
| telefonía | 20 |
| Luz | 30 |
| Internet | 25 |
| Agua | 30 |
| Transporte | 125 |
| útiles de oficina | 100 |
| Equipo de computo | 800 |
| escritorios y silla para computadora | 600 |
| COOKER-SPELLER | 1.500 |
| Prensa-Filtro y su descarga de aceite en tanque | 5.000 |
| Bomba de engrane para el bombeo de aceite filtrado | 400 |
| Molino de martillo | 600 |
| Tanque de aceite Filtrado | 370 |
| Tanques para el almacenaje | 160 |
| constitución y permisos | 300 |
| 0 | 0 |
| TOTALES | 10.360,00 |

Table 32 VALORACION DE LA INVERSIÓN KOKO'S ANGEL

Gastos Operativos

DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO KOKO'S ANGEL

| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Gastos de producción por unidad | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Unidades producidas | 7.200 | 9.000 | 11.250 | 13.500 | 16.200 |
| Gastos de producción en USD | \$7.200,00 | \$9.000,00 | \$11.250,00 | \$13.500,00 | \$16.200,00 |
| Arriendos año | \$1.440,00 | \$1.440,00 | \$1.440,00 | \$1.440,00 | \$1.440,00 |
| TOTAL GASTOS DE PRODUCCION | \$8.640,00 | \$10.440,00 | \$12.690,00 | \$14.940,00 | \$17.640,00 |

| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Gastos administrativos por año | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| TOTAL ADMINISTRACION | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |

| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Publicidad anual | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 |
| Promociones | 864 | 1.080 | 1.350 | 1.620 | 1.944 |
| Otros | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL VENTAS | \$1.364,00 | \$1.580,00 | \$1.850,00 | \$2.120,00 | \$2.444,00 |
| TOTAL | \$10.004,00 | \$12.020,00 | \$14.540,00 | \$17.060,00 | \$20.084,00 |

Table 33 GASTOS DEL PROYECTO KOKO'S ANGEL

Proyección Ventas

PROYECTO KOKO'S ANGEL
PROYECCION DE VENTAS

| VENTAS | | | | | |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
| Ventas diarias unidades | 30 | | | | |
| ventas mes unidades | 600 | - | - | - | - |
| VENTAS año(Unidades) | 7.200,00 | 9.000,00 | 11.250,00 | 13.500,00 | 16.200,00 |
| VENTAS CONTADO (Unidades) | 7.200,00 | 9.000,00 | 11.250,00 | 13.500,00 | 16.200,00 |
| VENTAS CREDITO (Unidades) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| PRECIO VENTA CONTADO sin iva | \$6,00 | \$6,00 | \$6,00 | \$6,00 | \$6,00 |
| PRECIO VENTA CREDITO | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| TOTAL VENTA CONTADO | \$43.200,00 | \$54.000,00 | \$67.500,00 | \$81.000,00 | \$97.200,00 |
| TOTAL VENTA CREDITO | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| VENTAS TOTALES | \$43.200,00 | \$54.000,00 | \$67.500,00 | \$81.000,00 | \$97.200,00 |

Table 34 PROYECCION DE VENTAS

Estado de Resultados

BALANCE DE RESULTADOS KOKO'S ANGEL

| CUENTAS | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| VENTAS | \$ 43.200,00 | \$ 54.000,00 | \$ 67.500,00 | \$ 81.000,00 | \$ 97.200,00 |
| (-) MATERIA PRIMA | \$ 3.312,00 | \$ 4.140,00 | \$ 5.175,00 | \$ 6.210,00 | \$ 3.726,00 |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | \$ 39.888,00 | \$ 49.860,00 | \$ 62.325,00 | \$ 74.790,00 | \$ 93.474,00 |
| GASTOS OPERACIONALES | \$ 38.084,00 | \$ 40.100,00 | \$ 42.620,00 | \$ 45.140,00 | \$ 48.164,00 |
| (-) REMUNERACIONES | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 |
| (-) GASTOS DE PRODUCCION | \$ 8.640,00 | \$ 10.440,00 | \$ 12.690,00 | \$ 14.940,00 | \$ 17.640,00 |
| (-) GASTOS DE ADMINISTRACION | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) GASTOS DE VENTAS | \$ 1.364,00 | \$ 1.580,00 | \$ 1.850,00 | \$ 2.120,00 | \$ 2.444,00 |
| GASTOS NO OPERACIONALES | \$ 1.263,67 |
| (-) INTERES | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) DEPRECIACION ANUAL | \$ 1.263,67 | \$ 1.263,67 | \$ 1.263,67 | \$ 1.263,67 | \$ 1.263,67 |
| (-) AMORTIZACION | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (=) U.A.I.P | \$ 540,33 | \$ 8.496,33 | \$ 18.441,33 | \$ 28.386,33 | \$ 44.046,33 |
| (-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55% | \$ 186,69 | \$ 2.935,48 | \$ 6.371,48 | \$ 9.807,48 | \$ 15.218,01 |
| (=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | \$ 353,65 | \$ 5.560,85 | \$ 12.069,85 | \$ 18.578,86 | \$ 28.828,33 |

Table 35 Estado de resultados

Flujo de Estado Efectivo

FLUJO DE CAJA EN USD

| DESCRIPCION | AÑO (0) | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) |
|--------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| RECUPERACION DE VENTAS | | 43.200,00 | 54.000,00 | 67.500,00 | 81.000,00 | 97.200,00 |
| VALOR DE RECUPERACION DE LOS ACTIVOS | | \$ 252,50 | \$ 252,50 | \$ 252,50 | \$ 252,50 | \$ 252,50 |
| RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO | | \$ 246,00 | \$ 246,00 | \$ 246,00 | \$ 246,00 | \$ 246,00 |
| CREDITO RECIBIDO | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL INGRESOS | \$ - | \$ 43.698,50 | \$ 54.498,50 | \$ 67.998,50 | \$ 81.498,50 | \$ 97.698,50 |
| EGRESOS | | | | | | |
| INVERSION FIJA Y DIFERIDA | \$ 50,00 | | | | | |
| INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO | \$ 22.000,00 | | | | | |
| PAGO MATERIA PRIMA | | \$ 3.312,00 | \$ 4.140,00 | \$ 5.175,00 | \$ 6.210,00 | \$ 3.726,00 |
| REMUNERACIONES | | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 | \$ 28.080,00 |
| GASTOS DE PRODUCCION | | \$ 10.004,00 | \$ 12.020,00 | \$ 14.540,00 | \$ 17.060,00 | \$ 20.084,00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | | \$ 175,50 | \$ 201,83 | \$ 232,10 | \$ 278,52 | \$ 334,22 |
| GASTOS DE VENTAS | | \$ 0,50 | \$ 1.580,00 | \$ 1.850,00 | \$ 2.120,00 | \$ 2.444,00 |
| IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES | | \$ 186,69 | \$ 2.935,48 | \$ 6.371,48 | \$ 9.807,48 | \$ 15.218,01 |
| PAGOS DE INTERES Y CAPITAL | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL EGRESOS | \$ 22.050,00 | \$ 41.758,69 | \$ 48.957,31 | \$ 56.248,58 | \$ 63.556,00 | \$ 69.886,23 |
| FLUJO NETO DEL EFECTIVO | \$ -22.050,00 | \$ 1.939,81 | \$ 5.541,19 | \$ 11.749,92 | \$ 17.942,50 | \$ 27.812,27 |

Table 36 Flujo de estado efectivo

Punto de Equilibrio

| Unidades | Ingresos | Costos Fijos | Costos variables | Costo total | utilidad |
|----------|----------|---------------|------------------|---------------|-----------------|
| - | - | \$ 205.424,58 | \$ - | \$ 205.424,58 | \$ (205.424,58) |
| 30 | - | \$ 205.424,58 | \$ 571,83 | \$ 205.996,42 | \$ (205.996,42) |
| 60 | - | \$ 205.424,58 | \$ 1.143,67 | \$ 206.568,25 | \$ (206.568,25) |
| 70 | - | \$ 205.424,58 | \$ 1.334,28 | \$ 206.758,86 | \$ (206.758,86) |
| 80 | - | \$ 205.424,58 | \$ 1.524,89 | \$ 206.949,48 | \$ (206.949,48) |
| 90 | - | \$ 205.424,58 | \$ 1.715,50 | \$ 207.140,09 | \$ (207.140,09) |
| 100 | - | \$ 205.424,58 | \$ 1.906,12 | \$ 207.330,70 | \$ (207.330,70) |
| 110 | - | \$ 205.424,58 | \$ 2.096,73 | \$ 207.521,31 | \$ (207.521,31) |

Table 37 Punto de equilibrio

Cálculo del Van

En el cálculo de VAN la tasa de rendimiento se valora con el 25%

CALCULO DEL VAN

| |
|--|
| FACTOR DE DESCUENTO= $\frac{1}{(1 + 0,25) ^ n}$ |
|--|

| AÑOS | FLUJO | FACTOR DESCUENTO | FLUJO DESCONTADO |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 0 | \$ -22.050,00 | 1 | \$ -22.050,00 |
| 1 | \$ 1.939,81 | 0,8 | \$ 1.551,85 |
| 2 | \$ 5.541,19 | 0,64 | \$ 3.546,36 |
| 3 | \$ 11.749,92 | 0,512 | \$ 6.015,96 |
| 4 | \$ 17.942,50 | 0,4096 | \$ 7.349,25 |
| 5 | \$ 27.812,27 | 0,32768 | \$ 9.113,53 |
| TOTAL | \$ 42.935,69 | | \$ 5.526,94 |

Table 38 Calculo del VAN

Análisis del VAN

La siguiente proyección de cálculo del VAN se obtiene como rendimiento 5526.94 de 25% , y comparando la inversión inicial y flujo si es viable.

Cálculo del Tir

CALCULO DE LA TIR

| | AÑO (0) | AÑO (1) | AÑO (2) | AÑO (3) | AÑO (4) | AÑO (5) | Total |
|------------|----------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| FLUJO NETO | \$ (22.050,00) | \$ 1.939,81 | \$ 5.541,19 | \$ 11.749,92 | \$ 17.942,50 | \$ 27.812,27 | \$ 42.935,69 |

Table 39 Calculo del TIR

TIR con
Excel

43%

Análisis del TIR

La tasa de descuento que se logra en el VAN se iguale a cero es del 43%, expresando que el proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN

Conclusiones

1. Se concluye teóricamente que el establecimiento de una empresa extractora de aceite de coco orgánico en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos, ha tenido un impacto social positivo como se muestra en los siguientes puntos:

- Estimular la creación de empresas industriales en la región donde la actividad dominante es la petrolera
- Generación de oportunidades de empleo directa o indirectamente.
- Se dispondrá productos locales, producidos en la región lo que demuestra que Shushufindi tiene buenas oportunidades de negocio, de personal bien capacitado, el conocimiento necesario y la tecnología para aprovecharlas al máximo.
- En el siguiente estudio de viabilidad toda la información con referencia a la fruta y sus derivados fue obtenida proveída por productores cocoteros de la zona y la asociación de campesinos productores de sucumbíos.

2. Después de haber realizado las respectivas encuestas en el sector céntrico de Shushufindi se determina los siguientes resultados, que genera una actitud de motivación por parte de los encuestados al abrir una oportunidad de proyecto que les genere ingresos, se considera la necesidad de implementar aceites KOKO'S ANGEL Shushufindi tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta realizada.

3. Se concluye que el realizar el modelo de negocios canvas para el estudio de viabilidad, involucra todos los aspectos del proceso que sustenta la creación de una extractora de aceite de coco en Shushufindi, donde se enfoca la sustentabilidad del proyecto.

Recomendaciones

1. Se recomienda en la fundamentación teórica, que para el modelo negocios cavas para la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi se aplique los conocimientos adquiridos.
2. Se recomienda que en el are agrícola del sector Shushufindi se promueva o se incentive este sector, ya que siendo productor agrícola no se lo está aprovechando, del cual se puede atraer una mejor economía local.
3. Se recomienda poner en práctica todos los recursos y estrategias de desarrollo del modelo de negocios canvas, con la intención de llevar a efecto la creación de aceites KOKO´S ANGEL Shushufindi.

Bibliografía

- AYALA, A.-E. G. (febrero de 2009). *elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-acido-linoleico-conjugado-un-nuevo-13132747>
- Boston, H. d. (19 de agosto de 2021). *medlineplus*. Obtenido de Biblioteca Nacional de Medicina: <https://medlineplus.gov/spanish/carbohydrates.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20carbohidratos%3F,descompone%20los%20carbohidratos%20en%20glucosa>.
- Broitman, P. (8 de febrero de 2019). *pontificia univercidad catilica de Chile*. Obtenido de innovacion y emprendimiento ingenieria comercial: <http://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>
- Crespo, M. (06 de 04 de 2022). *RD ESTATION*. Obtenido de La plataforma de marketing y ventas #1 para PYMES de América Latina: <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>
- Elena, U. E. (2021). análisis económico del desarrollo del sector agropecuario e industrial en el periodo 2000-2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 1.
- emprendedores, r. (28 de 7 de 2021). *Emprendedores*.
- Galán, J. S. (01 de 2023). *ECONOMIAPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- GMBH, H. (2023). *HUMIN TECH*. Obtenido de GERMAN TECHNOLOGY HUMIC SUBTANCES BASED PRODUCTS: <https://www.humintech.com/es/glosario/hemicelulosa#:~:text=Hemicelulosa%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20colectivo,en%20celulosa%20fibrilar%20parcialmente%20cristalina>.
- IFA, g. (24 de 07 de 2018). *IFA*. Obtenido de HAY COSAS MUY NUETRAS: <https://haycosasmuynuestras.com/descubre-el-coco-una-fruta-o-un-fruto-seco/#:~:text=%C2%BFEl%20coco%20es%20una%20fruta,que%20se%20consume%20su%20semilla>.
- NIH. (s.f.). *INSTITUTO NACIONAL DEL CANCER*. Obtenido de Un sitio oficial del Gobierno de Estados Unidos: <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/antibacteriano>
- Reactions, C. R. (2017). *KHAN ACADEMY*. Obtenido de https://es.khanacademy.org/science/ap-chemistry-beta/x2eef969c74e0d802:chemical-reactions/x2eef969c74e0d802:stoichiometry/a/stoichiometry?qa_expand_key=ag5zfmoYW4tYWNhZGVteXJBCxiIVXNlckRhdGEiHmthaWRfMTIwMTQxMTM2OTE5OTA0MTkyMzM2NDg3MQwLEghGZWVkyMjYmFjagI
- reliefweb. (03 de 11 de 2022). *servicios de OCHA*. Obtenido de reliefweb: <https://reliefweb.int/report/ecuador/gtrm-ecuador-evaluacion-rapida-interagencial-erishushufindi-septiembre->

Anexos

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

BENAVI~1

2%

Similitudes

< 1%

Texto entre comillas

< 1% similitudes entre comillas

< 1%

Idioma no reconocido

Nombre del documento: BENAVI~1.PDF

ID del documento: e93a77cd4076ac9da74362d6341e372adfa74e17

Tamaño del documento original: 2.05 Mo

Depositante: Gladys Barragan

Fecha de depósito: 17/3/2023

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 17/3/2023

Número de palabras: 15.381

Número de caracteres: 119.551

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes

Fuentes principales detectadas

| Nº | Descripciones | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales |
|----|---|-------------|-------------|--|
| 1 | pdfslide.net (PDF) Carrera de Administración de Empresas. Flujo Modelo. ... Carr... https://pdfslide.net/documento/carrera-de-administracion-de-empresas-flujo-modelo-carrera-de-admini... | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (77 palabras) |
| 2 | economipedia.com (PDF) Definición de Plan Estratégico y Características 2023 Economía https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (40 palabras) |
| 3 | Documento de otro usuario #333936 El documento proviene de otro grupo | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (50 palabras) |
| 4 | programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/ La importancia del modelo Canvas. pa... https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion-la-imp... | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (29 palabras) |
| 5 | Documento de otro usuario #32789 El documento proviene de otro grupo | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (28 palabras) |

Fuentes con similitudes fortuitas

| Nº | Descripciones | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales |
|----|---|-------------|-------------|--|
| 1 | repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/158/1/REFRIMO_PRESANTEZ_ANG... | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (21 palabras) |
| 2 | Documento de otro usuario #333936 El documento proviene de otro grupo | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (19 palabras) |
| 3 | www.dspace.uce.edu.ec http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/23000/18044/1/T-UCI-0001-ARQ-001-P.pdf | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (12 palabras) |
| 4 | Documento de otro usuario #32789 El documento proviene de otro grupo | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (11 palabras) |
| 5 | repositorio.uti.edu.ec ANÁLISIS JURÍDICO DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO DE LA POLIC... https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1369/0/Monografía%20Angel%20Niato.pdf.txt | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (10 palabras) |

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4>
- 2 <http://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la>
- 3 <https://www.rdstation.com/blog/es-modelo-canvas-que-es/>
- 4 <https://economipedia.com/definiciones/plan>
- 5 <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario>

Soporte banco de preguntas encuestas en línea



ENCUESTA CREACIÓN DE ACEITES KOKO'S ANGEL SHUSHUFINDI

Ya no se aceptan más respuestas en el formulario ENCUESTA CREACIÓN DE ACEITES KOKO'S ANGEL SHUSHUFINDI.

Prueba a ponerte en contacto con el propietario del formulario si crees que se trata de un error.

[Seguir recopilando respuestas \(solo los editores de formularios pueden ver este enlace\).](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

ENCUESTA CREACIÓN DE ACEITES KOKO'S ANGEL SHUSHUFINDI

El siguiente Formulario de preguntas, se realiza con fines Educativos.

Genero *

- Femenino
- Masculino
- Otro

Edad *

- de 18 a 30
- de 31 a 40
- de 41 a 50
- de 51 a 60
- de 61 en adelante

Usted consume aceite de coco *

- SI
- NO

En que presentación consume usted aceite de coco. *

- frascos desde 450ml

Preguntas Respuestas **99** Configuración Puntos totales: 0

En que presentación consume usted aceite de coco. *

frascos desde 450ml

galones 4000ml

barril 10000ml

Con que frecuencia compra usted el aceite coco. *

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Qué precio usted pagaría por el aceite de coco. *

450ml \$12,75

1000ml \$23,50

4000ml \$82,00

10000ml \$200

Conoce usted empresas extractoras de aceite de coco en Shushufindi. *

SI

NO

Considera usted que las empresas extractoras de aceite de coco pertenecen a la economía de *

Preguntas Respuestas **92** Configuración Puntos totales: 0

SI

NO

Considera usted que una empresa extractora de aceite de coco aportaría a la economía de Shushufindi. *

SI

NO

Cree usted que una empresa extractora de aceite de coco generaría plazas de empleo *

SI

NO

Le gustaría que los productores cocoteros de la zona se beneficiaran de la venta directa a la empresa extractora de aceite. *

SI

NO

Considera Ud. que una empresa de este tipo afectaría ambientalmente *

SI

NO

Gracias por su valioso tiempo dedicado a esta encuesta, sus respuestas son de valor para nosotros.
Descripción (opcional)

Soporte de avance de porcentajes de encuestas en proceso.

