



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE NARANJILLA EN LA PARROQUIA LA MERCED DE BUENOS AIRES, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

**AUTORAS:**

PRISCILA ELIZABETH ESPÍN PUPIALES  
YESENIA SOLEDAD ORMAZA VALDIVIEZO

**ASESOR:**

ING. WALTER JÁCOME PHD.

IBARRA, MARZO 2013

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Actualmente el sector comercial presenta un alto nivel de oportunidades en el mercado, permitiendo establecer nuevos proyectos. El proyecto en mención nace de la necesidad de los consumidores finales de la Provincia de Imbabura, ya que la producción de la naranjilla es muy escasa, por lo que se ha originado el desabastecimiento de esta fruta, así como también, la inexistente oferta de pulpa de naranjilla. Su comercialización se caracteriza por un alto nivel de intermediarios; sin dejar de mencionar que, al existir poca oferta de este producto quienes necesitan satisfacer sus necesidades, tanto personales como para la utilización en las actividades de transformación, realizadas por restaurantes, heladerías y hoteles deben acceder a otros lugares y por lo tanto deben pagar precios muy altos. La pulpa de naranjilla será de gran utilidad para los consumidores, ya que se la podrá utilizar en jugos, concentrados, helados, mermeladas, conservas, salsas, postres y dulces por su gran valor nutricional. Por lo que se emprenderá la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de naranjilla en la provincia de Imbabura; la misma que se encontrará organizada técnicamente, además de abastecer en forma permanente y oportuna a los distribuidores y pequeñas empresas que se dedican a la industrialización de esta fruta.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

At the moment the commercial sector presents a high level of opportunities in the market, allowing to establish new projects. The mentioned project comes from the necessity of the final consumers from the Imbabura province, because the naranjilla production is so scarce, originating the unsupplied of this fruit, in addition the inexistent offering of naranjilla pulp. Its commercialization is characterized for a high level of intermediaries; without mention, when there is a low offering about this product, they who need to satisfy their personal necessities, like using in transformation activities, done by restaurants, ice cream stores and hotels, they must go to other places, so they have to pay high prices. The naranjilla pulp will be so useful for the consumers, because it could be used in juices, concentrates, ice creams, marmalades, conserves, sauces, desserts, and sweets, for their great nutritional values. For that will initiate the creation of a microenterprise of production and commercialization of naranjilla pulp in the Imbabura Province; the same that will be technical organized, more over will supplies in a permanent and opportune way to the distributors and small enterprises which dedicate to the industrialization of this fruit.

## DECLARACIÓN

Nosotras, Priscila Elizabeth Espín Pupiales con cédula de ciudadanía Nro. 100242772-0, y Yesenia Soledad Ormaza Valdiviezo con cédula de ciudadanía Nro. 100309775-3, declaramos bajo juramento que somos autoras exclusivas de la presente investigación, y que el mismo no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional, y que hemos consultado en diferentes fuentes bibliográficas las mismas que se incluyen en este proyecto.

De tal manera expresamos que el proyecto desarrollado es de exclusiva responsabilidad de las autoras ya mencionadas.

---

PRISCILA E. ESPÍN P.  
C.C. 100242772-0

---

YESENIA S. ORMAZA V.  
C.C. 100309775-3

## CERTIFICACIÓN

Certifico que, las señoritas: **Priscila Elizabeth Espín Pupiales y Yesenia Soledad Ormaza Valdiviezo**, para optar el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., bajo mi dirección han concluido a entera satisfacción su trabajo de grado cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE NARANJILLA EN LA PARROQUIA LA MERCED DE BUENOS AIRES, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, considerando que el presente trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal que se designe.

En mi calidad de Director de Tesis, he brindado el asesoramiento requerido para las estudiantes, quienes son las autoras de la presente investigación, las mismas que han trabajado con esmero, dedicación y responsabilidad durante todo este proceso.

---

ING. WALTER JÁCOME. PHD.  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Priscila Elizabeth Espín Pupiales con cédula de ciudadanía Nro. 100242772-0, y Yesenia Soledad Ormaza Valdiviezo con cédula de ciudadanía Nro. 100309775-3, manifestamos de nuestra voluntad ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE NARANJILLA EN LA PARROQUIA LA MERCED DE BUENOS AIRES, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autoras reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

---

PRISCILA E. ESPÍN P.  
C.C. 100242772-0

---

YESENIA S. ORMAZA V.  
C.C. 100309775-3



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento, dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	100242772-0		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Espín Pupiales Priscila Elizabeth		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra, Urbanización Parque Sol Los Ceibos		
<b>E-MAIL:</b>	priscila.espin@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0998931675

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE NARANJILLA EN LA PARROQUIA LA MERCED DE BUENOS AIRES, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR (ES):</b>	Espín Pupiales Priscila Elizabeth Ormaza Valdiviezo Yesenia Soledad
<b>FECHA:</b>	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	ING. WALTER JÁCOME, PHD.

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Nosotras, Priscila Elizabeth Espín Pupiales con cédula de ciudadanía Nro. 100242772-0, y Yesenia Soledad Ormaza Valdiviezo con cédula de ciudadanía Nro. 100309775-3, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



### 3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumen responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra -----

#### LAS AUTORAS:

.....

Espín P. Priscila E.  
C.C.:100242772-0

.....

Ormaza V. Yesenia S.  
C.C.: 100309775-3

#### ACEPTACIÓN:

.....

Ing. Betty Chávez  
JEFE DE BIBLIOTECA

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mis padres, que me han enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

Debo agradecer de manera especial y sincera a todos mis profesores y a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE por darme la oportunidad de educarme y ser una profesional capacitada. A mi director de trabajo de grado, Dr. Walter Jácome, PHD. por su esfuerzo y dedicación, quien ha sido un aporte invaluable, en el desarrollo de esta tesis.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

***Priscila Espín Pupiales***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios, quien me ha dado la vida, protección y las fuerzas para culminar mi carrera y que hoy se hace realidad.

A mis padres quienes me ayudaron y me guiaron en mi vida universitaria, con sus consejos y cariño que me supieron dar siempre.

A todos mis profesores por sus sabias enseñanzas, experiencias y consejos impartidos a lo largo de mi vida estudiantil, en especial al Dr. Walter Jácome, PHD., Director de trabajo de grado. Y como no olvidar a mi querida Universidad Técnica del Norte, cuna de los grandes profesionales y de quienes asistimos a formarnos en este centro de estudios superior.

A todos mis compañeros, a quienes tuve la oportunidad de conocerlos y me brindaron su apoyo, y a mi gran amiga, Elizabeth por su amistad sincera en cada momento.

***Yesenia Ormaza Valdiviezo***

## DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante, y poder llegar a este momento tan importante de mi formación profesional.

Para mis padres quienes por ellos soy lo que soy, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles y coraje para conseguir mis objetivos. A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

A mi hija que desde el cielo seguro ayudó para que cumpliera mi objetivo, y a mi gran amiga, Soledad porque sin el equipo que formamos, no hubiéramos logrado esta meta.

***Priscila Espín Pupiales***

## **DEDICATORIA**

Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía y para terminarlo hace falta perseverancia.

Dedico este trabajo de grado a Dios, ya que siempre ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, y a toda mi familia, especialmente a mis Padres y a mi Hermano quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que, ahora soy lo que soy; este trabajo es dedicado al esfuerzo que ellos emplearon en mi bienestar.

A mis abuelitos y a mi tío que desde el cielo seguro ayudaron para que cumpliera esta meta, y a cada una de las personas que en los momentos difíciles estuvieron ahí, dándome fuerza necesaria para seguir adelante.

***Yesenia Ormaza Valdiviezo***

## **PRESENTACIÓN**

El Proyecto está estructurado en seis capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teóricas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Organizacional de la Empresa, Estudio Financiero e Impactos del Proyecto.

El Diagnóstico Situacional se desarrolló utilizando el método de la observación y la investigación de campo, con la aplicación de encuestas a los diferentes productores del cantón Urcuqui, para de esta manera tener un contacto directo con los productores y la localización donde se desarrolló el proyecto, además de identificar oportunidades y amenazas que tuvo el entorno y el mercado al cual nos dirigimos.

Las Bases Teóricas, permitieron tener un conocimiento previo para la ejecución y continuación del proceso de investigación, mediante la recopilación de datos teóricos y técnicos que proporcionaron la información bibliográfica completa y actualizada a través de fichas bibliográficas, y la opinión de expertos sobre el tema. Seguido de la organización y selección de datos recolectados, para realizar un análisis de interpretación de los datos seleccionados, lo que facilitó estructurar el marco teórico de forma correcta.

Se desarrolló un Estudio de Mercado, para tener un conocimiento del mercado al que se llegó, mediante la aplicación de encuestas a una muestra de los consumidores directos e intermediarios de los productos similares, permitiendo obtener datos verídicos de la oferta, demanda, mercado meta y de la proyección de precios; para determinar si el desarrollo del proyecto era factible o no.

El Estudio Técnico y Organizacional de la Microempresa se lo desarrolló con el apoyo de especialistas en el tema, quienes proporcionaron toda la

información acerca de la ubicación y distribución de la planta con su respectivo flujo grama de proceso para la producción, distribución y comercialización de la pulpa, con la finalidad de alcanzar buenos resultados en la creación técnica y organizativa de la microempresa.

Realizado el estudio técnico del proyecto, se procedió a realizar un Estudio Económico, mediante la elaboración de un presupuesto con respecto a costos de mano de obra, materia prima, costos indirectos e insumos utilizados y la rentabilidad que se pretendió obtener para efectuar los estados financieros respectivos.

En los Impactos del Proyecto, se analizó las ventajas y desventajas de los mismos, luego de haber realizado un estudio previo, mediante estadísticas obtenidas sobre las causas que generó el proyecto, tanto en los impactos, económico, social, ambiental y educativo; que se encontraron en el transcurso del mismo.

## ÍNDICE

	<b>PAG.</b>
RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
AGRADECIMIENTO .....	X
DEDICATORIA .....	XII
PRESENTACIÓN.....	XIV
ÍNDICE.....	XVI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XXVI
INTRODUCCIÓN .....	28
CAPÍTULO I.....	32
Diagnóstico Situacional.....	32
Antecedentes .....	32
Objetivos .....	34
General .....	34
Específicos.....	34
Variables Diagnósticas .....	34
Indicadores .....	34
Producción .....	35
Comercialización.....	35
Aspecto Financiero .....	35



Normativa Legal .....	35
Matriz de Relación Diagnóstica .....	36
Identificación de la Población .....	37
Diseño de Instrumentos de Investigación.....	37
Información Primaria .....	37
Información Secundaria .....	37
Evaluación de la Información .....	38
Encuestas a los Productores de Naranjilla.....	38
Construcción de la Matriz Aoor .....	47
Cruce Estratégico de la Matriz Aoor.....	48
Aliados & Riesgos .....	48
Aliados & Oportunidades.....	48
Riesgos & Oportunidades.....	49
Oponentes & Riesgos .....	49
Identificación del Problema Diagnóstico.....	50
CAPÍTULO II .....	51
Marco Teórico .....	51
Estudio .....	51
Factibilidad .....	51
Estudio de Factibilidad .....	51
Importancia.....	52
La Microempresa.....	52
Importancia.....	52
Organización .....	52

Administración .....	54
Importancia .....	54
Proceso Administrativo .....	55
Oferta .....	56
Demanda .....	56
Proyección de la Oferta .....	56
Proyección de la Demanda .....	57
Proceso Contable .....	57
Importancia .....	57
Libros Contables .....	58
Estados Financieros .....	58
Técnicas de Evaluación Financiera .....	59
Fundamentos de Mercadotecnia.....	60
Producto .....	60
Precio .....	60
Promoción.....	60
Comercia Lización .....	60
Estrategias de Comercialización.....	61
La Fruta de Naranjilla.....	63
Plagas .....	64
Enfermedades.....	65
Controles .....	66
Valor Nutricional.....	66
Pulpa de Fruta .....	67

CAPÍTULO III .....	69
Estudio De Mercado.....	69
Introducción.....	69
Objetivos del Estudio de Mercado.....	70
Características del Producto .....	70
Valor Nutricional.....	71
Área de Mercado.....	71
Análisis de la Demanda.....	72
Proyección de la Demanda .....	73
Identificación de la Oferta.....	75
Proyección de la Oferta .....	75
Balance Oferta – Demanda.....	76
Precio .....	76
Comercialización .....	77
Canales de Comercialización .....	77
Competencia .....	78
Conclusiones del Estudio .....	79
CAPÍTULO IV.....	80
Estudio Técnico y Organizacional de la Microempresa.....	80
Macro y Micro Localización del Proyecto .....	80
Macro Localización.....	80
Micro Localización del Punto de Venta .....	81
Ubicación de la Planta de Producción.....	82
Ubicación de la Planta Administrativa .....	83

Diseño de Instalaciones .....	83
Área Administrativa .....	83
Área de Producción .....	84
Flujograma del Proceso .....	84
Seleccionar .....	87
Lavar .....	87
Cocción .....	87
Enfriar .....	87
Despulpar .....	87
Pesaje y Control de Calidad .....	87
Formulación .....	87
Mezcla .....	87
Envasado y Sellado .....	87
Pasteurización .....	88
Almacenamiento .....	88
Comercialización.....	88
Diagrama de Operación.....	88
Presupuesto Técnico .....	91
Inversiones Fijas .....	91
Inversiones Diferidas .....	96
Costos de Producción.....	96
Gastos Administrativos .....	98
Gastos de Venta .....	99
Capital de Trabajo.....	101

Tamaño del Proyecto .....	101
Mercado .....	102
Disponibilidad de Recursos Financieros .....	102
Disponibilidad de Mano de Obra .....	102
Disponibilidad de Materia Prima.....	102
Capacidad Instalada.....	102
Conformación Interna y Externa de la Microempresa .....	103
Nombre de la Empresa .....	103
Marco Legal.....	103
Permisos de Funcionamiento .....	104
Propuesta Organizativa de la Microempresa.....	105
CAPÍTULO V .....	112
Estudio Financiero.....	112
Inversión Total.....	112
Financiamiento .....	112
Tabla de Amortización.....	114
Cálculo del Costo de Capital .....	115
Proyección de Ventas, Costos y Gastos .....	116
Precio de Venta.....	116
Crecimiento del Precio .....	116
Proyección de la Producción .....	116
Ingresos por Venta de Naranjilla .....	117
Depreciaciones.....	117
Depreciaciones Propiedad, Planta y Equipo .....	117

Amortización Gastos de Constitución .....	118
Balance General de Arranque al Año Cero.....	119
Presupuesto y Proyección de Ingresos, Costos y Gastos .....	120
Proyección Estado de Pérdidas y Ganancias .....	121
Proyección Flujo de Caja .....	121
Evaluación Financiera.....	122
Valor Actual Neto .....	122
Tasa Interna de Retorno .....	123
Período de Recuperación .....	123
Beneficio Costo.....	124
Punto de Equilibrio.....	125
CAPÍTULO VI.....	128
Impactos .....	128
Evaluación de los Impactos .....	128
Impacto Económico .....	128
Impacto Social .....	129
Impacto Ambiental .....	130
Impacto Educativo .....	130
Impacto General .....	131
CONCLUSIONES: .....	132
RECOMENDACIONES:.....	134
BIBLIOGRAFÍA: .....	135
ANEXOS.....	139

## ÍNDICE DE CUADROS

### CAPÍTULO I

Cuadro N° 1. Matriz de la Relación Diagnóstica.....	36
Cuadro N° 2. Variedad de Naranja.....	38
Cuadro N° 3. Cajas de Naranja .....	39
Cuadro N° 4. Tiempo de Cosecha .....	40
Cuadro N° 5 Adquisición del Producto.....	41
Cuadro N° 6 Mercado.....	42
Cuadro N° 7 Determinación del Precio de Venta .....	43
Cuadro N° 8 Precio de Venta.....	44
Cuadro N° 9 Ganancia Obtenida .....	45
Cuadro N° 10 Tipo de Financiamiento .....	46
Cuadro N° 11 Construcción de la Matriz AOOR .....	47

### CAPÍTULO II

Cuadro N° 12 Valor Nutricional .....	67
--------------------------------------	----

### CAPÍTULO III

Cuadro N° 13 Valor Nutricional .....	71
Cuadro N° 14 Demanda Actual Consumidores Finales .....	73
Cuadro N° 15 Proyección de la Demanda .....	75
Cuadro N° 16 Proyección de la Oferta.....	75
Cuadro N° 17 Balance Oferta - Demanda.....	76

Cuadro N° 18 Precios Actuales de la Competencia .....	77
Cuadro N° 19 Análisis de la Competencia .....	79
CAPÍTULO IV	
Cuadro N° 20 Método Cualitativo .....	81
Cuadro N° 21 Terreno .....	91
Cuadro N° 22 Infraestructura Civil .....	92
Cuadro N° 23 Vehículo.....	92
Cuadro N° 24 Muebles y Enseres .....	93
Cuadro N° 25 Equipo de Computación.....	93
Cuadro N° 26 Equipo de Oficina .....	94
Cuadro N° 27 Maquinaria .....	94
Cuadro N° 28 Materiales para el Proceso .....	95
Cuadro N° 29 Equipo de Trabajo Fungible.....	95
Cuadro N° 30 Gastos de Constitución.....	96
Cuadro N° 31 Materia Prima Directa .....	96
Cuadro N° 32 Materiales e Insumos.....	97
Cuadro N° 33 Sueldo de Producción.....	97
Cuadro N° 34 Sueldo Administrativo .....	98
Cuadro N° 35 Suministros .....	98
Cuadro N° 36 Servicios Básicos.....	99
Cuadro N° 37 Mantenimiento Equipo de Cómputo.....	99
Cuadro N° 38 Sueldo en Ventas .....	100
Cuadro N° 39 Gasto Publicidad.....	100
Cuadro N° 40 Combustible y Mantenimiento.....	100



Cuadro N° 41 Capital de Trabajo .....	101
CAPÍTULO V	
Cuadro N° 42 Inversión Total.....	112
Cuadro N° 43 Financiamiento .....	113
Cuadro N° 44 Tabla de Amortización de la Deuda .....	115
Cuadro N° 45 Cálculo del Costo de Capital .....	115
Cuadro N° 46 Cálculo del Precio .....	116
Cuadro N° 47 Proyección de la Producción .....	116
Cuadro N° 48 Ingresos por Venta de Naranjilla .....	117
Cuadro N° 49 Porcentaje de Depreciaciones.....	117
Cuadro N° 50 Depreciaciones Propiedad, Planta y Equipo .....	117
Cuadro N° 51 Amortización Gastos de Constitución.....	118
Cuadro N° 52 Valor Actual Neto .....	122
Cuadro N° 53 Tasa Interna de Retorno .....	123
Cuadro N° 54 Período de Recuperación.....	124
Cuadro N° 55 Beneficio Costo .....	125
Cuadro N° 56 Punto de Equilibrio .....	126
Cuadro N° 57 Medición de Impactos .....	128

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### CAPÍTULO I

Gráfico N° 1 Principales Productos de Imbabura.....	33
Gráfico N° 2 Variedad de Naranja.....	38
Gráfico N° 3 Cajas de Naranja.....	39
Gráfico N° 4 Tiempo de Cosecha.....	40
Gráfico N° 5 Adquisición del Producto.....	41
Gráfico N° 6 Mercado.....	42
Gráfico N° 7 Determinación del Precio de Venta.....	43
Gráfico N° 8 Precio de Venta.....	44
Gráfico N° 9 Ganancia Obtenida.....	45
Gráfico N° 10 Tipo de Financiamiento.....	46

### CAPÍTULO II

Gráfico N° 11 Fruta de Naranja.....	63
-------------------------------------	----

### CAPÍTULO III

Gráfico N° 12 Esquema de Distribución.....	78
--	----

### CAPÍTULO IV

Gráfico N° 13 Macrolocalización.....	80
Gráfico N° 14 Ubicación de la Planta de Producción.....	82
Gráfico N° 15 Ubicación de la Planta Administrativa.....	83
Gráfico N° 16 Flujograma Proceso Pulpa de Naranja.....	86
Gráfico N° 17 Diagrama de Operación.....	90

Gráfico N° 18 Organigrama ..... 106

## CAPÍTULO V

Gráfico N° 19 Punto de Equilibrio ..... 127

## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES

Imbabura, es una provincia de la Sierra Norte, existe gran cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la provincia, como son San Pablo/Imbakucha, las lagunas de Cuicocha, Yahuarcocha y Puruhanta en Pimampiro, Ecuador.

Imbabura, cuenta con un agradable clima seco y una temperatura que oscila alrededor de los 18 grados centígrados. Aparte de sus lagos, también es conocida por su alto porcentaje de población indígena, particularmente de los pueblos Otavalo, Cayambe y Caranqui, y la alta calidad y diversidad de su artesanía. Además tiene dos zonas de clima subtropical: la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y la segunda cálida y húmeda, conocida como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Imbabura tiene una población de 320.601 habitantes, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010).

En el país existen 7.983 hectáreas de naranjilla plantadas, la superficie cosechada en cultivos es de 5.169 has, con una producción de 14.894 TM; y se comercializan en total 5.473 toneladas. ([www.agroecuador.com/HTML/Censo/Censo.htm](http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/Censo.htm))

Existen documentos y fuentes que mencionan el uso y orígenes de la naranjilla en los cultivos indígenas y se cosecha en abundancia en el Perú, en donde se lo conoce como naranjita o lulum, en nuestro país se la llama naranjilla; aunque el nombre común con el que se comercializa a nivel mundial es “naranjilla o Little orange”. El fruto como se lo conoce puede variar de una zona a otra, debido principalmente a las distintas temperaturas y al ambiente. El 90% de la naranjilla que se comercializa

en el Ecuador, se cultiva en áreas cercanas al Río Pastaza y la Provincia de Bolívar y el 10% restante en la Provincia de Imbabura, especialmente en la parroquia La Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí.

La naranjilla por ser un producto perecible, se ha visto la necesidad de extraer la pulpa de la fruta, ya que se la puede comercializar en un tiempo más largo y transportarla fácilmente. La pulpa de la fruta es una alternativa para obtener productos que conserven las características naturales de la fruta fresca, siendo muy útil para muchos propósitos como la elaboración de helados, manjar, pasteles y diferentes platos de cocina, sin embargo el uso más popular de la naranjilla es la elaboración de jugo.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pulpa de naranjilla en la Parroquia La Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional externo de la zona de Buenos Aires, para identificar aspectos positivos o negativos, que pueda tener el proyecto.
- Establecer la sustentación teórica que fundamente el proyecto.
- Desarrollar un Estudio de Mercado, para establecer la demanda y oferta que existe en el mercado de pulpa de naranjilla.
- Establecer el Estudio Técnico y Organizacional de la empresa para el proceso previsto, en la identificación de funciones y políticas de la microempresa productora y comercializadora de pulpa de naranjilla.

- Analizar los Aspectos Financieros del proyecto para determinar la factibilidad del mismo.
- Analizar los posibles Impactos económico, social, ambiental y educativo que generará el proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

En la parroquia de Buenos Aires existen todas las condiciones favorables para el cultivo de la naranjilla. En esta parroquia existen veinte productores que se dedican al cultivo de la fruta, siendo la de mayor productividad la naranjilla híbrida.

Las condiciones de accesibilidad son complicadas debido a los fuertes inviernos, lo que impide que el producto llegue a la venta; por tal motivo se ha visto la necesidad de la extracción de pulpa de naranjilla para ser añadida a la oferta de pulpa de frutas, facilitando el uso y consumo de la misma.

Para satisfacer la demanda del mercado externo, es importante aumentar la producción, alcanzando altos niveles de productividad y creando nuevas formas de procesado como la pulpa de naranjilla. Este producto será utilizado para múltiples usos como: bebidas, concentrados y en función de ello, permitirá una mejor comercialización y transportación, permitiendo una rentabilidad y convirtiéndose así, en una alternativa para la consecución de ingresos a las familias campesinas rurales.

El desarrollo de este proyecto permite determinar la factibilidad positiva o negativa, ya que se contará con recursos financieros y económicos para la inversión en la elaboración de pulpa de naranjilla, permitiendo así, brindar un servicio diferenciado dirigido a los hogares de la provincia de Imbabura, minimizando tiempo y recursos al momento de utilizar la fruta. La creación de este proyecto permitirá brindar un servicio diferenciado a los consumidores de la fruta (Beneficiarios Indirectos), satisfaciendo así las expectativas de los mismos. Además permitirá aumentar la producción

de naranjilla en la provincia, brindando mayores beneficios a los productores en el cultivo de la fruta, la misma que tendrá un valor agregado (Beneficiarios Directos).

Este proyecto de factibilidad de producción y comercialización de pulpa de naranjilla se considera de mucho interés, ya que apoya iniciativas de desarrollo micro-empresarial, generando un desarrollo económico sustentable, permitiendo así, mejorar la inversión, empleo e ingresos para la comunidad.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

La Parroquia la Merced de Buenos Aires tiene una población de 1.384 habitantes según el último censo realizado por el INEC (2010). La religión que profesa el pueblo de Buenos Aires es la católica a excepción de una familia que es evangélica. La población es, en su mayoría descendiente del Carchi, un 25% es nativa de este lugar en especial los de San José y la Comunidad Awa.

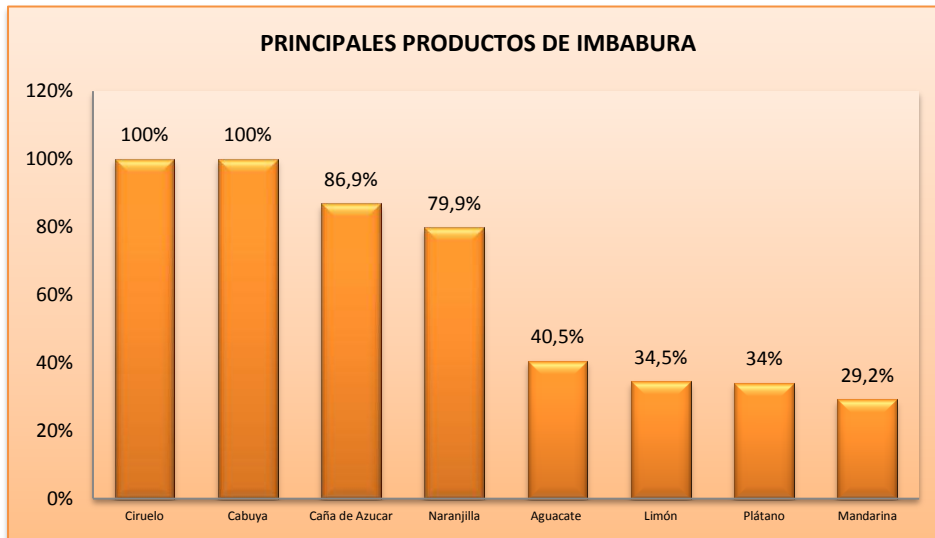
En esta parroquia, existen los servicios básicos además de unidades como la Policía, Bomberos, Salud, Telefonía, Control de Carreteras, Código Postal, Prefijo Telefónico, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, entre otros. En cuanto a Salud ha sido atendida en este último gobierno con médicos pero la falencia es en medicina.

Actualmente el nivel de analfabetismo es alto, a pesar de que el sistema educativo ha mejorado mucho; la mayoría de la población es joven, los mismos que se dedican a la agricultura.

La Merced de Buenos Aires se encuentra en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, posee un clima subtropical produce: arvejas, caña de azúcar, cebada, chochos, fréjol, habas, legumbres, maíz, papas, trigo, frutas como: plátano, ciruelo, mandarina, aguacate, limón, tomate de árbol y ocupando el cuarto lugar a nivel provincial la naranjilla o lulo, como se muestra en el siguiente gráfico:



**Gráfico N° 1.**  
**PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMBABURA**



FUENTE: III Censo Nacional Agropecuario (2002)

La naranja es una fruta rica en vitamina A, C, calcio, fósforo, hierro, proteínas y carbohidratos; siendo utilizada para fabricar jugos y mermeladas, además posee poder diurético.

En la Provincia de Imbabura la producción de la naranja es muy escasa, por lo que se ha originado el desabastecimiento de esta fruta, así como también, la insuficiente oferta de pulpa de naranja. Su comercialización se caracteriza por un alto nivel de intermediarios; sin dejar de mencionar que, al existir poca oferta de este producto quienes necesitan satisfacer sus necesidades, tanto personales como para la utilización en las actividades de transformación realizadas por restaurantes, heladerías y hoteles deben acceder a otros lugares y por lo tanto deben pagar precios muy altos.

Lo antes mencionado permitió que se proponga la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de naranja en la provincia de Imbabura; la misma que se encontrará organizada técnicamente, además de abastecer en forma permanente y oportuna a los distribuidores y pequeñas empresas que se dedican a la industrialización de esta fruta.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 GENERAL**

- Conocer la situación actual respecto a la producción y comercialización de pulpa de naranjilla en la provincia de Imbabura.

### **1.2.2 ESPECÍFICOS**

- Analizar la producción de naranjilla en la parroquia La Merced de Buenos Aires.
- Identificar los sistemas de comercialización y el posicionamiento en el mercado, en la ciudad de Ibarra.
- Investigar el aspecto financiero de la producción y comercialización de pulpa de naranjilla, en la provincia de Imbabura.
- Determinar los aspectos legales para la comercialización de pulpa de naranjilla, en la ciudad de Ibarra.

### **1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Para el desarrollo de este estudio se ha determinado las siguientes variables:

- Producción
- Comercialización
- Aspecto Financiero
- Normativa Legal

## **1.3 INDICADORES**

Los componentes que permiten conocer, analizar y determinar cada una de las variables, se detallan a continuación:

### **1.3.1 PRODUCCIÓN**

- Volúmenes de Producción
- Calidad del Producto
- Destino de la Producción

### **1.3.2 COMERCIALIZACIÓN**

- Lugares de Venta
- Frecuencia de Consumo
- Precios

### **1.3.3 ASPECTO FINANCIERO**

- Control Contable
- Fuentes de Financiamiento
- Rentabilidad

### **1.3.4 NORMATIVA LEGAL**

- Normas Legales
- Control de Calidad
- Permisos de funcionamiento

## 1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Cuadro Nº 1.  
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>FUENTE</b>
Analizar la producción de naranjilla en la Provincia de Imbabura.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volúmenes de Producción</li> <li>• Calidad del Producto</li> <li>• Destino de la Producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<p align="center"><b>PRIMARIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Productores</li> </ul>
Identificar los sistemas de comercialización y el posicionamiento en el mercado.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares de Venta</li> <li>• Frecuencia de consumo</li> <li>• Precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<p align="center"><b>PRIMARIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores y Consumidores</li> </ul>
Investigar el aspecto financiero de la producción y comercialización de pulpa de naranjilla.	Aspecto Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control Contable</li> <li>• Fuentes de Financiamiento</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<p align="center"><b>PRIMARIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> </ul>
Determinar los aspectos legales para la comercialización de pulpa de naranjilla.	Normativa Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas Legales</li> <li>• Control de Calidad</li> <li>• Permisos de Funcionamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación</li> <li>• Investigación directa</li> </ul>	<p align="center"><b>PRIMARIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialista en el Tema.</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Especialista en el Tema.</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## **1.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para la realización del presente diagnóstico, la población que se estudió la conforman veinte productores de naranjilla en la parroquia La Merced de Buenos Aires.

Las encuestas se realizaron a todos los productores de esta zona, debido a la mínima cantidad que existe. **(Ver Anexo A)**

## **1.6 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

El presente diagnóstico se lo realizó en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo utilizadas las siguientes:

### **1.6.1 INFORMACIÓN PRIMARIA**

Con el objeto de recopilar la información necesaria se consideró conveniente la aplicación de técnicas como la observación directa y encuestas.

#### **➤ Observación Directa**

Se la realizó mediante la visita a los lugares de producción de naranjilla.

#### **➤ Encuestas**

Esta técnica permitió obtener información de la población seleccionada. Las encuestas fueron realizadas a los Productores de naranjilla. **(Ver Anexo B)**

### **1.6.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Para ampliar la información obtenida y la misma que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de pulpa naranjilla se recurrió a folletos, internet, y bibliografía sobre la misma.

## 1.7 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

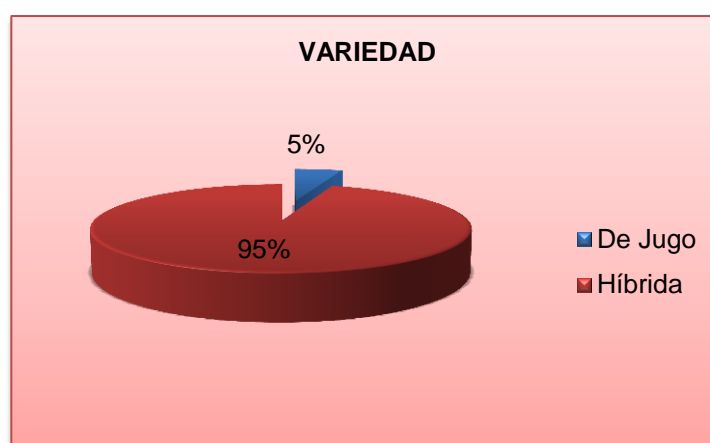
### 1.7.1 ENCUESTAS A LOS PRODUCTORES DE NARANJILLA

a) ¿Cuál es la variedad de naranjilla que cultiva?

**Cuadro Nº 2.**  
**VARIEDAD DE NARANJILLA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De Jugo	1	5%
Híbrida	19	95%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 2.**  
**VARIEDAD DE NARANJILLA**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

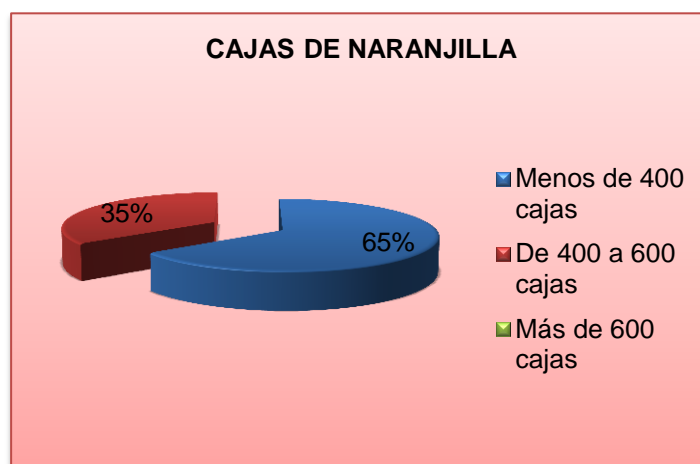
La mayoría de los productores de Buenos Aires manifestaron que la variedad de fruta que cultivan es la naranjilla híbrida, por ser la de mayor cultivo en ese lugar, además por ser de fácil tratamiento y conservación; mientras que un 5% cultivan la naranjilla de jugo, esto se da, por la dificultad que existe para el tratamiento y conservación de la fruta.

b) ¿Cuántas cajas de naranjilla cosecha al mes en una hectárea?

**Cuadro N° 3.  
CAJAS DE NARANJILLA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 400 cajas	13	65%
De 400 a 600 cajas	7	35%
Más de 600 cajas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 3.  
CAJAS DE NARANJILLA**



**FUENTE:** Encuestas a los Productores  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

## ANÁLISIS

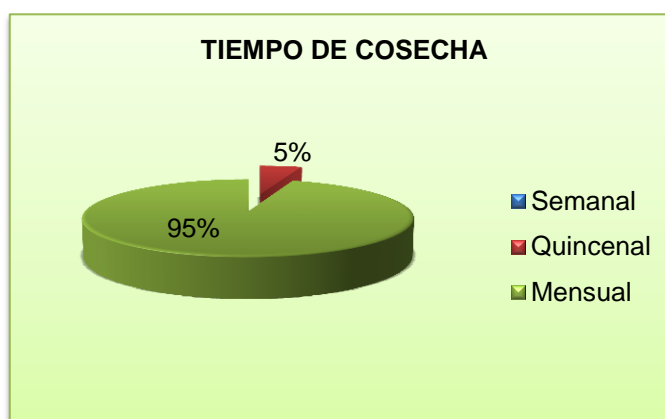
Los productores de naranjilla manifiestan que un 65% cosechan menos de 400 cajas, mientras que un 35% cosechan de 400 a 600 cajas en un terreno bien tratado; esta diferencia se da, debido a la rotación de la planta, ya que todas no permiten ser cosechadas de la misma forma, a pesar de que existe mano de obra calificada en la parroquia La Merced de Buenos Aires.

c) ¿Cada qué tiempo cosecha la naranjilla?

**Cuadro Nº 4.  
TIEMPO DE COSECHA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	0	0%
Quincenal	1	5%
Mensual	19	95%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 4.  
TIEMPO DE COSECHA**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

Del análisis realizado a los productores de Buenos Aires, el 95% manifestaron que el tiempo de cosecha de la naranjilla es mensual después de la primera cosecha que dura cerca de 8 a 12 meses, y un 5% manifestaron que la cosecha es quincenal, por lo tanto los productores siempre cuentan con una reserva de la fruta para abastecer al mercado.

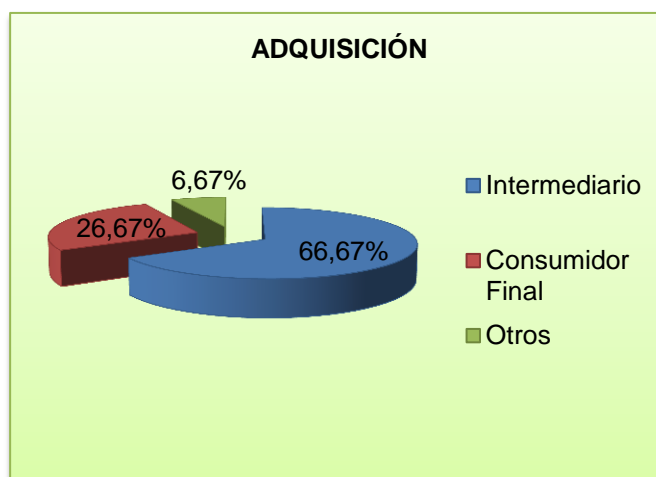


d) ¿Quién adquiere su producto?

**Cuadro N° 5.  
ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Intermediario	20	66,67%
Consumidor Final	8	26,67%
Otros	2	6,67%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 5.  
ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

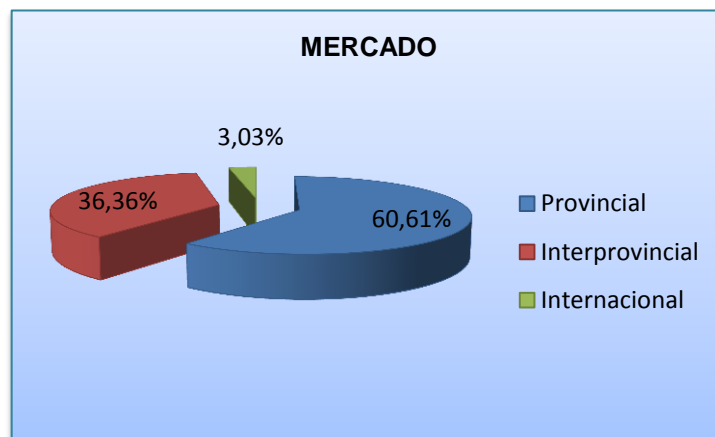
La adquisición de la naranjilla, la compran los intermediarios con un 66,67%, es decir los comerciantes del mercado mayorista de Ibarra, ya que son el canal de comercialización mas accesible para los productores, mientras que un 26,67% la adquieren los consumidores finales y con un 6,67% la adquieren otros para efectos de transformación de la fruta, pero solo en ciertas ocasiones.

e) ¿A qué mercado se dirige su producto?

**Cuadro Nº 6.  
MERCADO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Provincial	20	60,61%
Interprovincial	12	36,36%
Internacional	1	3,03%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Gráfico Nº 6.  
MERCADO**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

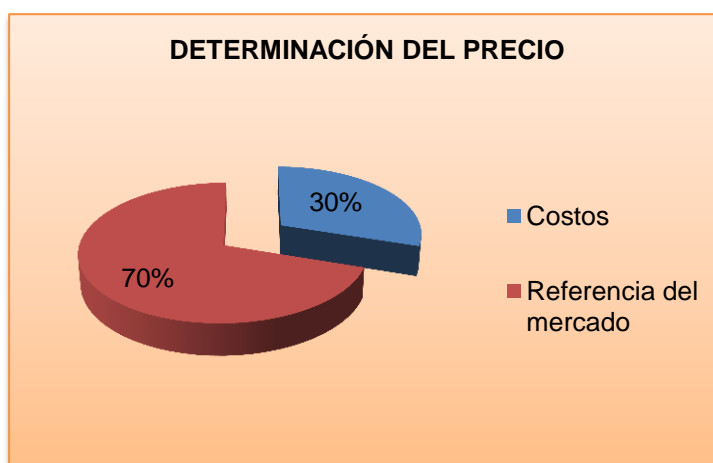
Del análisis realizado, la naranjilla se dirige al mercado provincial es decir el mercado mayorista, con un 60,61%, ya que la mayoría de productores tratan de no incurrir en más gastos de transportación a otro sector, por la falta de mantenimiento en las vías que conducen a esta parroquia, mientras que un 36,36% se dirige al mercado interprovincial a través de la comercialización con intermediarios y un 3,03% al mercado internacional.

f) ¿Cómo determina el precio de venta de la fruta?

**Cuadro N° 7.  
DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costos	6	30%
Referencia del mercado	14	70%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 7.  
DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

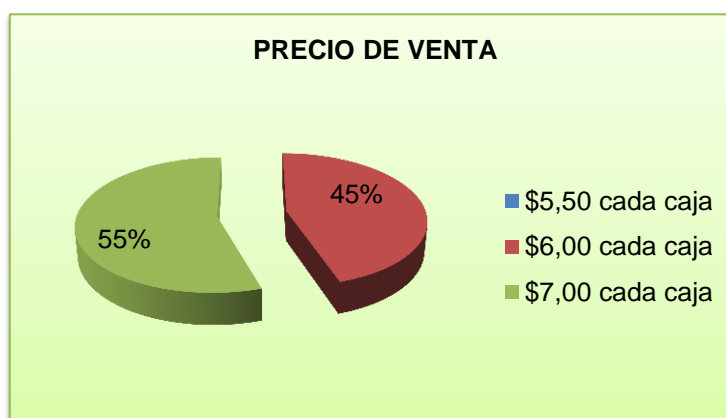
Para establecer el precio de venta de la naranjilla se ha determinado que el 70% de los productores lo realizan de acuerdo a las referencias existentes del mercado, debido a que algunas veces existe gran oferta de la fruta o viceversa, mientras que el 30% lo determinan de acuerdo a los costos incurridos que acarrea el período de maduración de la fruta.

g) ¿El precio de venta de su producto es?

**Cuadro N° 8.  
PRECIO DE VENTA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$5,50 cada caja	0	0%
\$6,00 cada caja	9	45%
\$7,00 cada caja	11	55%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 8.  
PRECIO DE VENTA**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

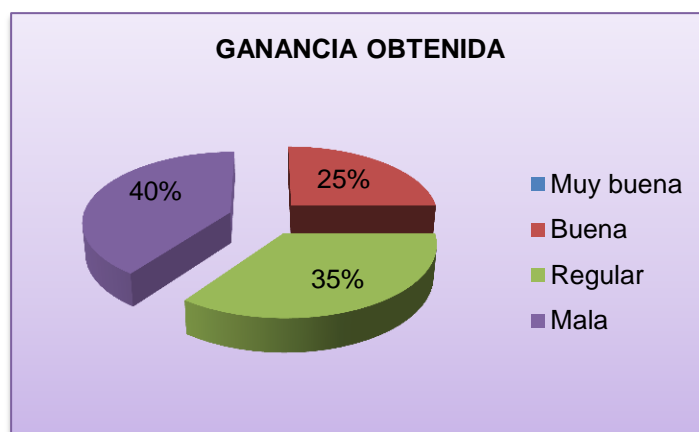
El precio de venta de la naranjilla varía desde los \$4.50 hasta los \$9.00 cada caja, pero el 55% de los productores expresaron que la fruta se mantiene en los \$7.00, cuando es un poco escasa, ya que además de incurrir en costos de transportación de la fruta a los lugares de venta, también incurren en costos extras como son los fungicidas para que el cultivo no se pierda por completo, y el 45% manifestó que el precio de venta es de \$6.00 cada caja, en temporadas donde existe demasiada producción.

h) ¿La ganancia que usted obtiene es?

**Cuadro N° 9.  
GANANCIA OBTENIDA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	0	0%
Buena	5	25%
Regular	7	35%
Mala	8	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 9.  
GANANCIA OBTENIDA**



FUENTE: Encuestas a los Productores

ELABORADO POR: Las Autoras

## ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado, se concluye que la ganancia que obtienen los productores es baja, mientras que un 35% manifestaron que era regular, debido a que muchas veces incurren en costos extras para el mantenimiento de la planta; mientras que el 25% expresaron que era buena; ya que poseen clientes fijos para la adquisición de la fruta, y estos ingresos permiten cubrir los costos de producción.

i) ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para el cultivo de la naranjilla?

**Cuadro N° 10.**  
**TIPO DE FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propio	20	100%
Institución financiera	0	0%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 10.**  
**TIPO DE FINANCIAMIENTO**



**FUENTE:** Encuestas a los Productores

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## **ANÁLISIS**

Para el financiamiento del cultivo de la naranjilla, el 100% de los productores manifestaron que es propio, ya que para ellos no es conveniente sacar préstamos a instituciones financieras, debido a que muchas veces no pueden sacar al mercado toda la fruta y se hecha a perder, por tal motivo no tendrían con que cubrir la cuota.

## 1.8 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR

**Cuadro N° 11.  
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mano de obra calificada.</li> <li>➤ Medios de transporte.</li> <li>➤ Agricultores.</li> <li>➤ Sr. Flavio Rosas Propietario de la microempresa “MEGA PULPAS”.</li> <li>➤ Sistema Financiero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incursión del producto en nuevos mercados.</li> <li>➤ Fuentes de empleo.</li> <li>➤ Contar con recursos propios.</li> <li>➤ Crecimiento de la microempresa.</li> <li>➤ Experiencia laboral.</li> </ul>
<b>OPONENTES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competencia.</li> <li>➤ No contar con variedad de pulpas.</li> <li>➤ Posicionamiento en el mercado.</li> <li>➤ No se obtiene un margen atractivo de ganancia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No obtener las ventas esperadas.</li> <li>➤ Calidad esperada del producto.</li> <li>➤ Convenio por parte de algunos proveedores de pulpa.</li> <li>➤ Desabastecimiento mínimo de la fruta en tiempo de invierno.</li> </ul>

**FUENTE:** Diagnóstico

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## **1.9 CRUCE ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ AOR**

### **1.9.1 ALIADOS & RIESGOS**

- Aprovechamiento de la mano de obra calificada, ya que se cuenta con personas que poseen experiencia y conocimientos en el cultivo y cosecha de la fruta. A pesar de los cambios climáticos, ellos conocen el tratamiento de la fruta y como conservarla en buen estado para la venta.
- Se cuenta con medios de transporte accesibles, los cuales parten de la ciudad de Ibarra cada dos horas hacia la parroquia de Buenos Aires, con una duración de cuatro horas, los cuales nos ayudarán en caso de no contar inicialmente con el medio de transporte propio para trasladar la fruta hacia la planta de producción.
- Para mantener en un mínimo de dependencia en cuanto a proveedores se aprovechara la presencia de un número importante de proveedores para escoger no solo a uno sino a varios de ellos.
- Para la elaboración de nuestro producto se contará con el apoyo del señor Flavio Rosas propietario de la microempresa “MEGA PULPAS”, él cual nos brindará su ayuda en la transformación y calidad del producto que se ofrecerá al mercado, en base a sus conocimientos y experiencia laboral obtenida.
- El acceso a los servicios financieros nos ayudará al crecimiento de la microempresa a largo plazo, y a la producción continua para lograr el margen de ventas esperado y el posicionamiento en el mercado.

### **1.9.2 ALIADOS & OPORTUNIDADES**

- Mediante el crecimiento continuo de la microempresa que se desarrollará a través de las ventas, se generará fuentes de empleo,



para de esta manera aprovechar la mano de obra calificada existente en la parroquia.

- Para lograr la incursión del producto en nuevos mercados a largo plazo, se contará con un préstamo para la producción necesaria y con ello lograr poco a poco un posicionamiento dentro del mercado.
- Los agricultores cuentan con recursos propios para el cultivo de la fruta, debido a que no están en condiciones de adquirir un préstamo, por lo que deben fortalecer su mercado para la venta de la fruta.
- Para el crecimiento de la microempresa y la experiencia laboral, se contará con el apoyo del propietario de la microempresa “MEGA PULPAS”, quien nos guiará con estrategias específicas para introducir el producto al mercado.

### **1.9.3 RIESGOS & OPORTUNIDADES**

- El desabastecimiento de la fruta en tiempo de invierno, será controlado mediante una provisión del producto (pulpa), para poder satisfacer al mercado existente, y con ello poder tener poco a poco un crecimiento de la microempresa.
- Para poder incursionar el producto en nuevos mercados, se debe contar con experiencia y conocimientos del mismo, ofreciendo un producto de calidad para poder minimizar convenios existentes por parte de algunos proveedores, mediante degustaciones y muestras de la pulpa en nuestros posibles canales de comercialización.

### **1.9.3 Oponentes & Riesgos**

- Conocer la competencia y saber la calidad del producto que esta brindando, para así, elaborar un producto diferenciado que cubra las expectativas del posible consumidor y alcanzar un margen de

ventas atractivo.

- Mediante una buena acogida del producto a corto plazo, se podrá extender la línea de productos, ofreciendo una variedad de pulpas al consumidor.

### **1.10 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

En base al análisis de la información obtenida del presente diagnóstico, y con la ayuda de la matriz AOOD, se determinó que existe una gran producción de la fruta, aunque muchas veces algunos productores de la parroquia no pueden sacar la fruta al mercado en su totalidad, debido a factores, como el tiempo, los costos y precios.

Además, la fruta por su naturaleza es perecible a corto plazo, por lo que se ha visto la necesidad de implementar una microempresa que elabore pulpa de naranjilla, como una alternativa para mantener la fruta en buen estado conservando sus características y vitaminas por más tiempo, con mayor valor agregado, beneficiando así, a los productores de la naranjilla y a los consumidores finales de la misma.

Después del estudio realizado a la zona, se determinó que en la parroquia la Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, se dará inicio al desarrollo del proyecto denominado, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE NARANJILLA”; por existir las condiciones necesarias para la transformación de la fruta, la misma que luego será distribuida hacia la ciudad de Ibarra, lugar donde se encontrará el punto de venta del producto.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ESTUDIO

**(Redactores.es, 2009) manifiesta que:** *“El estudio es el desarrollo de actitudes y también habilidades mediante la incorporación de conocimientos nuevos; este proceso se efectúa generalmente a través de la lectura.”*

En base al concepto anterior un estudio nos permite demostrar habilidades y actitudes que nos ayudan a tener una mejor preparación para el desarrollo de nuevas ideas.

#### 2.2 FACTIBILIDAD

**(Monteros E. , 2005, pág. 101) dice que:** *“Es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse”*

Partiendo del concepto anterior factibilidad es tratar de ver las posibilidades para lograr los objetivos planteados.

#### 2.3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

*De acuerdo a lo expresado por el autor antes mencionado manifiesta que: “El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar lo que se propone será bueno o malo y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso”*

Se puede decir entonces, que el estudio de factibilidad es analizar aspectos positivos y negativos fundamentados, que existen para el desarrollo de la microempresa.

### 2.3.1 IMPORTANCIA

*“Es importante para el desarrollo de criterios y comportamiento, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.”*

El análisis de lo expresado por el autor mencionado se establece que el estudio de factibilidad es muy importante ya que nos permite formular criterios que nos ayudarán en el desarrollo de la microempresa.

## 2.4 LA MICROEMPRESA

**(Anzola, 2010, pág. 14) manifiesta que:** *“Es un negocio en el que el propietario es autónomo en su manejo y que no domina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”.*

Partiendo de este concepto se puede definir que la microempresa es una organización económica, donde se combinan los factores productivos, para generar bienes y servicios que una sociedad necesita con el fin de satisfacer las necesidades.

### 2.4.1 IMPORTANCIA

**(Redactores.es, 2008) dice:** *“Las microempresas abarcan una parte importante del empleo, representando un cambio en la estructura del mismo, buscando una nueva manera de visualizarlo.”*

En base al concepto anterior la microempresa será una nueva y potente alternativa que permita enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, las mismas que en la actualidad van creciendo continuamente.

### 2.4.2 ORGANIZACIÓN

De Acuerdo a lo expresado en la Ley de Compañía vigente:

## **a) Constitución de la Microempresa**

Hay dos formas de organización empresarial:

### ➤ **Persona Natural**

Se entiende por persona natural, al ser humano que puede constituir una empresa unipersonal, para lo cual deberá solicitar su registro único de contribuyente (RUC), el permiso municipal de funcionamiento y llevar los libros de cuentas.

### ➤ **Persona Jurídica**

Persona jurídica es aquella organización de personas naturales o jurídicas a quienes la ley les concede existencia legal.

## **b) Modalidades de Constitución Empresarial.**

Existen las siguientes modalidades de constitución empresarial:

### ➤ **Sociedad Colectiva**

Es una sociedad personalista, los socios intervienen directamente en la gestión y responden, personalmente de forma ilimitada y solidaria frente a las deudas sociales. Estas sociedades sólo se adecuan para un número reducido de socios.

### ➤ **Sociedad Comanditaria**

Se trata de una sociedad personalista cuya responsabilidad de los socios es ilimitada y no pueden transmitir sus participaciones sin consentimiento de los demás.

### ➤ **Sociedad Limitada**

Es aquella en la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social.

### ➤ **Sociedad Anónima**

Es una sociedad mercantil con personalidad jurídica independiente de sus socios en la que el capital social se encuentra dividido en acciones.

### ➤ **Sociedad Laboral**

Son sociedades anónimas o de responsabilidad limitada en las que la mayoría del capital social (51%) es propiedad de los trabajadores que presten en ella servicios retribuidos en forma personal y directa.

## **2.5 ADMINISTRACIÓN**

**(Coulter, 2010, pág. 6) dice:** *“La administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz”.*

Partiendo del concepto anterior se ha definido que la administración beneficiará en la Planeación, Organización, Dirección y Control de los recursos de la microempresa, para de esta manera lograr los objetivos planteados y su permanencia en el mercado.

### **2.5.1 IMPORTANCIA**

**(Alejandro´s Bló, 2007) dice:** *“La administración es importante porque se aplica en cualquier tipo de organización con deseos de aumentar su productividad y el éxito, dependiendo del elemento humano y material”.*

En referencia a lo expresado por el autor citado, es importante destacar que la administración nos permitirá elevar el nivel de producción; logrando la efectividad de los esfuerzos humanos, es decir ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas.

## 2.5.2 PROCESO ADMINISTRATIVO

**(Angabi, 2004) manifiesta que:** *“Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr los objetivos planteados”.*

Por lo tanto se puede decir que, el proceso administrativo es una serie de pasos que la microempresa deberá realizar para alcanzar los objetivos con el fin de que todos los servicios que se presten sean bien coordinados.

Siguiendo a lo expuesto por el autor de la cita anterior, se establece lo siguiente:

### ➤ **Planificación**

Es un proceso de selección de misiones y objetivos que desea alcanzar la empresa, con el propósito de que todos los individuos conozcan los propósitos y objetivos que se desea alcanzar.

### ➤ **Organización**

Comprende un sistema de relaciones sociales para dar a conocer los objetivos, deberes y actividades que deben cumplir los integrantes de la empresa.

### ➤ **Dirección**

Consiste en influir a las personas para que contribuyan en el cumplimiento de las metas organizacionales y grupales.

### ➤ **Control**

Es la medición cuantitativa y cualitativa, que permite controlar el desempeño de lo planificado, con el fin de garantizar que se han cumplido los objetivos y planes de la empresa.

## 2.6 OFERTA

*(Angabi, 2004) manifiesta que: “Es la cantidad de un bien o un servicio que el vendedor pone a la venta. Este bien o servicio pueden ser bicicletas, horas de clases de conducir, caramelos o cualquier otra cosa que se nos ocurra”.*

Partiendo del concepto anterior la oferta será la cantidad de producción que la microempresa pondrá a la venta a los posibles consumidores del producto.

## 2.7 DEMANDA

*Además Angabi 2004 manifiesta que la demanda es “la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior”.*

Referente a este concepto la demanda es la cantidad del producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar.

## 2.8 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

*(Redactores.es, 2008) manifiesta que: “la proyección de la oferta permite estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes”.*

En base a lo expresado por el autor mencionado se establece que la proyección de la oferta permite estimar la cantidad de ventas futuras que tendrá el proyecto mediante datos históricos.



## **2.9 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

*Además redactores.es 2008 manifiesta que: “la proyección de la demanda debe utilizar el método de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes”.*

Referente a este concepto la proyección de la demanda permite estimar el número de personas que a futuro estarán dispuestas a adquirir el producto.

## **2.10 PROCESO CONTABLE**

*(Trujillo & Limaico, pág. 26) dice: “La contabilidad es el punto de partida para obtener la información confiable sobre el entorno que involucra el proceso de la producción, estableciendo adecuados controles y reuniendo una adecuada información que sirva a éste para la toma de decisiones”.*

Referente a este concepto se determina que la Contabilidad permite conocer las actividades financieras que realizará la microempresa permitiéndonos la interpretación de resultados para una toma de decisiones efectiva.

### **2.10.1 IMPORTANCIA**

*Además los autores Trujillo y Limaico destacan que la Contabilidad es: “Importante ya que ayuda al líder de la empresa a tener un mayor conocimiento sobre la gestión empresarial y la rentabilidad del negocio, de acuerdo a los beneficios obtenidos en la explotación” (pág. 26. Obra citada).*

El análisis de lo expresado por los autores mencionados se establece que la Contabilidad es fundamental para la microempresa ya que proporciona información útil y un control para la toma de decisiones económicas.

### **2.10.2 LIBROS CONTABLES**

Por otra parte los autores Trujillo y Limaico hablan sobre los libros contables básicos que debe llevar una empresa y son los siguientes:

➤ **Diario General**

Es el libro de introducción de la información, donde se anotaran todos los asientos contables producto de las transacciones de la empresa, identificando plenamente deudores y acreedores en cada movimiento.

➤ **Diario Mayor**

Se registra los valores asentadas en el diario general, para lo cual es necesario clasificar cada movimiento de las cuentas en el formato del mayor general, a esta operación se la conoce como mayorización.

➤ **Balance de Comprobación**

Sirve para saber si las cuentas registradas en el diario general, así, como sus valores han sido pasadas correctamente al mayor general.

### **2.10.3 ESTADOS FINANCIEROS**

➤ **Estado de Resultados**

Denominado también como gastos y rendimientos, todos estos valores son trasladados a la hoja de trabajo con la finalidad de determinar ganancia o pérdida que obtiene la empresa en un período determinado.

➤ **Balance General**

En este estado financiero se registran las cuentas de activos, pasivo y capital con sus respectivos saldos deudores o acreedores de la entidad.

➤ **Estado Flujo de Efectivo**

Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.

#### **2.10.4 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

**(Godoy, 2009) manifiesta que:** La evaluación financiera descrita en este diccionario se relaciona con:

➤ **Punto de Equilibrio (PE)**

Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los costos y gastos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida; es decir, los ingresos por ventas y los costos totales se igualan.

➤ **Valor Actual Neto (VAN)**

El VAN mide la rentabilidad de la inversión en valores absolutos, como una cantidad de dinero. Esta cantidad resulta de la diferencia entre ingresos y egresos, actualizados los mismos por una cierta tasa de interés.

➤ **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa de interés que iguala el valor actual de los egresos provocados por una inversión con el valor actual de los ingresos producidos por la misma inversión.

➤ **Beneficio – Costo**

Es la relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya sea por nivel de beneficios requeridos al costo más bajo.

## ➤ **Período de Recuperación**

Llamado también *PRI*, permite evaluar y determinar en un proyecto de inversión el tiempo en el cual se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

## **2.11 FUNDAMENTOS DE MERCADOTÉCNIA**

Para los fundamentos de mercadotecnia, se ha utilizado el libro escrito por (Arco & Blomer, 2009) cuyos conceptos básicos de los fundamentos de mercadotecnia son los que se presentan a continuación:

### **2.11.1 PRODUCTO**

Producto es el bien o servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades de los consumidores. (pág. 216).

### **2.11.2 PRECIO**

El precio es valor de mercado por unidad de producto y genera los ingresos de la empresa dependiendo de la cantidad que se venda para recuperar costes y obtener beneficios. (pág. 228)

### **2.11.3 PROMOCIÓN**

Es un conjunto de actividades de corta duración, que mediante incentivos económicos o materiales, tratan de estimular la demanda a corto plazo. (pág. 273)

### **2.11.4 COMERCIALIZACIÓN**

**(Galeón.com) dice:** *“La comercialización es el conjunto de actividades que se realizan con el fin de canalizar el flujo de bienes y servicios desde la organización que los produce hasta que llegan a los consumidores; tratando de conocer las características del mercado para adecuar a él los productos o servicios.”*

Parafraseando a la definición anterior, la comercialización nos permitirá facilitar la venta del producto que los clientes desean.

Siguiendo a lo expuesto por el autor de la cita anterior, se establece lo siguiente:

#### **a) Elementos de la Comercialización**

Dentro de los elementos de comercialización intervienen: productor, intermediario y consumidor, detallados a continuación:

##### **➤ Productor**

Es una persona que mediante su trabajo elabora un producto o realiza un servicio siendo el primero en vender dentro de las transacciones de comercialización que ocurren conforme el producto se desplaza al mercado.

##### **➤ Intermediario**

Los intermediarios son las compañías o personas que cooperan con la empresa para la promoción, venta y distribución de sus productos entre los compradores finales, sirviendo como canales de distribución, los mismos que ayudan a la empresa a encontrar clientes o a venderles.

##### **➤ Consumidor**

Es el comprador final que requiere satisfacer cierta necesidad, a través de la compra u obtención de determinados productos, para lo cual debe llevar a cabo algún tipo de operación económica.

#### **2.11.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Una adecuada estrategia de comercialización debe comprender los siguientes aspectos:

➤ **Fijación de Precios**

La fijación de precios es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una compañía. Además, establece los objetivos del producto o marca, así como la demanda en relación al precio y los recursos disponibles para su disposición.

➤ **Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece el productor, con la finalidad de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado.

➤ **Organización de la Venta**

La organización de la venta es una estrategia que se organiza en base a la situación geográfica, línea de productos y tipo de clientes, es decir, que se debe tener una amplia área geográfica y una variedad de productos, debido a que su distribución, depende del tipo de clientes que tengan las empresas.

➤ **Publicidad**

La publicidad se la define como una comunicación no personal y pagada de promoción de los, bienes o servicios, que una empresa trata de comunicar un mensaje mediante el uso de diferentes medios de comunicación.

➤ **Promoción de Ventas**

La promoción de ventas es el conjunto de actividades de corta duración, que mediante incentivos económicos o materiales, tratan de estimular la demanda a corto plazo. Se utiliza fundamentalmente en los productos de consumo masivo.

### ➤ Relaciones Públicas

Las relaciones públicas es un medio de comunicación a través del cual la empresa intenta establecer una buena relación con sus clientes y transmitir una buena imagen a la sociedad en general.

### ➤ Canales de Distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. El punto de partida del canal de distribución es el productor, y el punto final o de destino es el consumidor.

## 2.12 LA FRUTA DE NARANJILLA

La naranjilla es una planta de aproximadamente 1,80 metros de altura, que se caracteriza por sus largas hojas de 52 x 57 cm en promedio, sin espinas, y por su característico fruto de color rojizo ladrillo cuando madura.

El fruto maduro llega a medir de 4 a 5 cm de diámetro y tiene un peso promedio de 30 g. Su raíz es fibrosa y superficial, alcanzando las raíces secundarias un máximo de 1 metro de profundidad. Además el tallo de la planta es vertical con ramificaciones alternas y forma abierta. La pulpa es amarillenta, muy consistente, aromática cuando esté bien madura.

**Gráfico N° 11.**  
**FRUTA DE NARANJILLA**



FUENTE: Observación Directa

ELABORADO POR: Las Autoras

La pulpa en su interior es extraída para elaborar helados, jugos, bebidas, manjares, gelatinas, entre otros. Su fruto se puede preservar para ser usado posteriormente, se lo puede conservar como fruto fresco o como congelado de naranjilla, con una considerable variación de tiempo de duración entre cada método.

La cosecha con mejor producción se da en climas frescos con temperaturas medias y una humedad relativa del 80%. El fruto no tolera temperaturas constantes por debajo de los 18 grados centígrados, o temperaturas calurosas por encima de los 28 grados centígrados.

La cosecha se da de 6 a 12 meses después del sembrado y la recolección del fruto se da continuamente, cada tres semanas. En los primeros meses de cultivo, la naranjilla se muestra de un color café, como con una cubierta de pelusa, la cual cumple la función de proteger el fruto.

Cuando se encuentra en su etapa de madurez la cubierta de pelusa se desprende fácilmente y al momento de arrancar la fruta de las plantas se los debe halar hacia arriba, para evitar el desgarramiento de frutos tiernos aledaños.

Los frutos cosechados deben ser sacados de los costales inmediatamente después de haberlos transportado desde el sitio de cultivo para limpiar a la fruta con un trapo seco mostrando así, su color brillante anaranjado que la caracteriza, quedando lista para el consumo.

### **2.12.1 PLAGAS**

Las plagas más importantes son:

#### ➤ **Gusano de fruto**

Larva de una mariposa de hábito nocturno, que ataca al fruto, lo perfora y provoca su caída en cualquier estado de madurez.

La mejor manera de combatir esta plaga es mediante la utilización de la



trampa de luz negra (ultravioleta), que en nuestro medio logra un 89% de eficiencia en el control.

➤ **Perforador del cuello**

La larva penetra por la parte divisoria de la raíz y el tallo; se dirige al cilindro central, en donde se alimenta e incuba, y ocasiona en varios casos, la muerte de la planta.

La recolección y quema de todo material y rastrojo infestado disminuye la incidencia de esta plaga.

## **2.12.2 ENFERMEDADES**

Las enfermedades más comunes y de importancia son:

➤ **Marchitez en el tallo**

El ataque se inicia por la raíces y se propaga por el sistema vascular de la planta, donde se producen manchas necróticas, que provocan marchitamiento y la posterior muerte de la planta.

➤ **Pudrición bacteriana**

Ataca el sistema radicular y se difunde por el tallo y ramas, provoca la marchitez y muerte de la planta. Los tejidos afectados se presentan gelatinosos y emanan malos olores. Su desarrollo se ve favorecido por el exceso de humedad.

➤ **Antracnosis o gotera**

Provoca manchas redondeadas en frutos y brotes tiernos. Se presenta en zonas con exceso de sombra y humedad.

➤ **Lancha**

Ataca principalmente los brotes tiernos y al cuello de la planta, ocasiona el marchitamiento y muerte de los tejidos afectados.

### ➤ **Nemátodos**

Causa hinchazones y nódulos en las raíces y además ocasiona heridas que se constituyen en puertas de entrada para hongos y bacterias que causan pudrición y muerte de las plantas.

Por la susceptibilidad de la fruta hacia los nematodos es necesario rotar la cosecha frecuentemente.

### **2.12.3 CONTROLES**

Los controles de estas enfermedades son múltiples, siendo la más ecológica y rentable la aplicación en corona de 500 gramos de Bioway cada cuatro meses, especialmente para el manejo de nemátodos, los cuales son la principal amenaza que tiene la naranjilla.

Para contrarrestarla se hacen estudios de suelo y se lo trata regularmente con fertilizantes para asegurar una buena producción, aunque este tratamiento es muy costoso. Hay que tomar en cuenta también las deficiencias nutricionales que puedan existir.

Las medidas preventivas, más económicas y ecológicas, consisten en:

- Desinfectar el suelo y sumergir las estacas en una solución de Vitavax 300 al 0,5%.
- Eliminar y quemar toda planta y órgano infectado.
- No sembrar en sitios encharcados, o drenarlos mediante cunetas.

### **2.12.4 VALOR NUTRICIONAL**

Los datos de la composición nutricional se deben interpretar por 100 gramos de la porción comestible:

**Cuadro N° 12.  
VALOR NUTRICIONAL**

<b>COMPUESTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Energía	1,2 kcal
Proteínas	1,7 g
Carbohidratos	1,9
Lípidos	0,2 g
Fibra	1,2 g
Vitamina A	0,1 pg
Vitamina E	0 mg
Tiamina	4,2 mg
Niacina	3,8 mg
Vitamina C	61,7 mg
Calcio	0,8 mg
Hierro	0,7 mg
Fósforo	1,7 mg

FUENTE: Enciclopedia Agropecuaria – Producción Agrícola 1

ELABORADO POR: Terranova

### **2.13 PULPA DE FRUTA**

Es un producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias, cuyo proceso es:

➤ **RECEPCIÓN**

Para evaluar la calidad de la fruta se inspecciona en forma visual, y se pesa.

➤ **SELECCIÓN**

Se retira impurezas que contenga el fruto.

➤ **LAVADO**

La fruta se lava con agua, para eliminar las impurezas que alteren la calidad del producto.

➤ **PRE-TRATAMIENTO**

Para mejorar el rendimiento del jugo se ablanda la fruta con una pre-cocción en agua hirviente por cinco minutos.

➤ **DESPULPADO**

Se usa una máquina despulpadora para separar la pulpa de la fruta

➤ **ENVASADO**

La pulpa de fruta se puede envasar en fundas de aluminio, de polipropileno o en tachos plásticos.

➤ **TRATAMIENTO DE CONSERVACIÓN**

Para extender el tiempo de vida útil del producto se utiliza un método de conservación.

➤ **CONGELACIÓN**

La pulpa se congela rápidamente, a una temperatura de 18°C, el tiempo de conservación es de máximo un año; su uso es doméstico o industrial.

➤ **CONSERVACIÓN QUÍMICA**

En la pulpa se agregan conservantes, en una proporción no mayor a 0,1% dependiendo el tiempo de conservación esperado. Dura máximo cinco meses, su uso es generalmente industrial, (mermeladas y helados).

➤ **EMBALAJE**

Cuando el producto se comercializa por unidades se embala en cajas que contienen un número determinado de unidades.

## CAPÍTULO III

### 3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 INTRODUCCIÓN

**(Arco & Blomer, 2009) manifiesta que:** *“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, para obtener como resultados la aceptación de un producto dentro del mercado. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.”*

En el presente proyecto el estudio de mercado analizará, la estructura del mismo, las características del producto, la oferta, demanda, y precios; para de esta manera brindar una mejor alternativa de consumo.

La pulpa de naranjilla será de gran utilidad para los consumidores, ya que se la podrá utilizar en jugos, concentrados, helados, mermeladas, conservas, salsas, postres y dulces por su gran valor nutricional.

Con estos datos se establecerá la demanda insatisfecha en la ciudad de Ibarra, permitiendo mostrar una clara visión de las condiciones actuales del mercado, que ayude a decidir si el desarrollo y la puesta en marcha del proyecto son convenientes.

Este estudio de mercado permitirá determinar la demanda potencial que tendrá el proyecto para la distribución de pulpa de naranjilla en el mercado.

### **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Los Objetivos del estudio de mercado permiten afirmar la posibilidad real de colocar el servicio y el producto del proyecto en el mercado. Para el presente proyecto de Investigación los objetivos son:

- Caracterizar el producto.
- Determinar el segmento de mercado en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.
- Determinar la demanda potencial actual en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.
- Determinar la demanda insatisfecha proyectada en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.
- Conocer la percepción de la oferta actual en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.
- Establecer el nivel de ingresos de los clientes potenciales, para definir el precio que estarían dispuestos a pagar por la compra de pulpa de naranjilla.
- Determinar los canales de distribución que se utilizará en el presente proyecto para la comercialización de pulpa.
- Establecer la competencia actual del producto en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

### **3.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

La naranjilla son bayas globosas, de 4 a 8 cm de diámetro y un peso entre 80 y 100 gramos, están cubiertas de tricomas de color amarillo o rojo, los cuales se desprenden a medida que el fruto madura. La corteza es lisa, de color amarillo intenso, amarillo rojizo o naranja en la madurez; la pulpa es verdosa de sabor agridulce y de numerosas semillas.

La naranjilla es una de las frutas con mayor potencial por su amplia aceptación en los mercados, por su valor nutritivo y múltiples usos en la agroindustria.

### 3.3.1 VALOR NUTRICIONAL

Los datos de la composición nutricional se deben interpretar por cada 100 gramos de la porción comestible, siendo la que se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 13.  
VALOR NUTRICIONAL**

COMPUESTO	PORCENTAJE
Energía	1,2 kcal
Proteínas	1,7 g
Carbohidratos	1,9
Lípidos	0,2 g
Fibra	1,2 g
Vitamina A	0,1 pg
Vitamina E	0 mg
Tiamina	4,2 mg
Niacina	3,8 mg
Vitamina C	61,7 mg
Calcio	0,8 mg
Hierro	0,7 mg
Fósforo	1,7 mg

FUENTE: Enciclopedia Agropecuaria – Producción Agrícola 1

ELABORADO POR: Terranova

### 3.4 ÁREA DE MERCADO

La pulpa de naranjilla será producida en la Parroquia La Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, la cobertura de mercado inicialmente será la ciudad de Ibarra; para posteriormente incursionar en los demás cantones de la provincia.

La población identificada y registrada en la Dirección de Salud Pública de Imbabura son 682 (Diciembre 2012), considerando que el mercado total

se compone de cuatro segmentos, lo que exige que el estudio sea segmentado, por lo tanto se han diseñado los siguientes componentes:

<b>SEGMENTO</b>	<b>TIPO</b>	<b>NÚMERO</b>
Uno	Restaurantes	589
Dos	Supermercados	5
Tres	Heladerías	70
Cuatro	Hoteles	18
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>682</b>

**FUENTE:** Dirección de Salud de Imbabura (**Anexo D**)

**ELABORADO POR:** Las Autoras

Los mercados potenciales más significativos para el inicio del proyecto son los citados en el cuadro anterior, por tener una demanda de carácter continuo o permanente.

Además, no se ha tomado en cuenta al consumidor final porque este, actualmente esta atendido por los segmentos citados.

### **3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para el análisis de la demanda de pulpa de naranjilla, se ha tomado en cuenta los factores mas importantes que determinan la tendencia del consumo, así mismo los ingresos que tienen los consumidores potenciales.

Es importante resaltar que la naranjilla tiene una demanda sostenida, porque se constituye una fruta de uso cotidiano especialmente en las heladerías, y de uso frecuente en restaurantes y hoteles; por lo que, la venta de la misma es de carácter permanente y diario.

Por lo tanto, al ser una fruta de consumo masivo es necesario darle un valor agregado, para que tenga mayor aceptación, es decir, la pulpa sustituye en forma eficiente a la venta de fruta fresca, porque al ser procesada técnicamente, garantiza una vida útil mayor que la venta de la fruta natural.



Para realizar la proyección de la demanda, se tomó en cuenta el número de restaurantes, hoteles, heladerías y supermercados existentes en la ciudad de Ibarra, que son los que actualmente están demandando la pulpa de naranjilla en volúmenes importantes. **(Ver Anexo C)**

En base a la investigación de campo, podemos demostrar la demanda actual de los consumidores finales, la misma que se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 14.  
DEMANDA ACTUAL CONSUMIDORES FINALES**

<b>SEGMENTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CANTIDAD FUNDAS</b>	<b>FRECUENCIA DE COMPRA</b>
Restaurantes	589	2	Cada semana
Supermercados	5	25	Cada semana
Heladerías	70	2	Cada semana
Hoteles	18	2	Cada semana
<b>TOTAL</b>	<b>682</b>	<b>31</b>	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.5.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para una interpretación basada en el tamaño del mercado actual se aplica la siguiente fórmula:

➤ **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

n= Tamaño de la muestra

N= Población total

e= Margen de error 5%

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

## ➤ CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el objeto de recopilar la información necesaria, se calculó la muestra de los restaurantes y heladerías de la ciudad de Ibarra.

### **Restaurantes**

$$n = \frac{589}{589(5\%)^2 + 1}$$

$$n = 238 \text{ encuestas}$$

### **Heladerías**

$$n = \frac{70}{70(5\%)^2 + 1}$$

$$n = 60 \text{ encuestas}$$

No se realizó el cálculo de la muestra para los hoteles y supermercados, debido a la mínima cantidad que existe.

De una muestra de 321 encuestados que se realizó en la ciudad de Ibarra, el 58% de los consultados, entre ellos: restaurantes, heladerías y hoteles están interesados en la adquisición de dos fundas y los supermercados en la adquisición de 25 fundas de pulpa de 500 gramos a la semana, mientras que un 42% manifestaron no desear este producto, porque prefieren el consumo en base a la preparación de la fruta.

Las proyecciones de la demanda se realizaron en función del 58%, es decir, que del total de restaurantes, hoteles, heladerías, y supermercados; el 58% equivale a la demanda potencial que podría tener el proyecto, siempre y cuando se cumplan sus expectativas, que corresponden a 396 demandantes.

Para cada año se aplica el 5% de incremento a los demandantes, debido

a que, es la tasa que considera adecuada la Dirección de Salud Pública de Imbabura, la misma que se basa en el análisis de datos históricos.

**Cuadro N° 15.  
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDANTES</b>	<b>CONSUMO ANUAL (Fundas 500gr)</b>	<b>DEMANDA ANUAL POTENCIAL (Fundas 500gr)</b>
2012	396	1.488	595.248
2013	416	1.488	624.710
2014	437	1.488	655.646
2015	458	1.488	688.128
2016	481	1.488	722.235
2017	505	1.488	758.046

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.6 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

#### 3.6.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En base a la investigación directa realizada a los proveedores de pulpa de fruta, se determinó, que en la Provincia de Imbabura existe una oferta de pulpa de 22.037 fundas mensuales, dando un total de 264.444 fundas de 500 gramos al año. La comercialización de la pulpa actualmente tiene como proveedores, a microempresas situadas en la ciudad de Quito y Ambato.

**Cuadro N° 16.  
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA ANUAL POTENCIAL (Fundas 500gr)</b>	<b>OFERTA ANUAL (Fundas 500gr)</b>
2012	595.248	264.444
2013	624.710	277.666
2014	655.646	291.550
2015	688.128	306.127
2016	722.235	321.433
2017	758.046	337.505

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.7 BALANCE OFERTA – DEMANDA

El balance entre la oferta y la demanda da como resultado la demanda potencial a satisfacer por la microempresa a desarrollarse; la misma que estará dirigida al mercado meta, mediante la producción y comercialización de pulpa, permitiendo así, satisfacer a la población consumidora de la fruta.

**Cuadro N° 17.**  
**BALANCE OFERTA - DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA ACTUAL (Fundas 500gr)</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Fundas 500gr)</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2012	264.444	595.248	330.804
2013	277.666	624.710	347.044
2014	291.550	655.646	364.096
2015	306.127	688.128	382.001
2016	321.433	722.235	400.801
2017	337.505	758.046	420.541

FUENTE: Cuadro N°15 y 16

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.8 PRECIO

El precio es un factor determinante, que afecta, tanto a la oferta como a la demanda por las frecuentes variaciones que sufre. Pero, para el pronóstico es necesario establecer un precio promedio base, que sirva para establecer las variaciones futuras del producto.

El factor de corrección del precio, va a ser la inflación por ser el único elemento del que se tiene conocimiento.

A continuación se detallan las diferentes presentaciones y precios al público de las pulpas más vendidas en la ciudad de Ibarra.

**Cuadro N° 18.  
PRECIOS ACTUALES DE LA COMPETENCIA (500 gr)**

MARCA	PRECIO AL PÚBLICO	SUPERMERCADO DE VENTA
Freshkita	1,71	Supermaxi
	1,60	Gran Aki
	1,60	Aki
Jugo Fácil	2,10	Gran Aki
	2,10	Aki
La Original	1,25	Gran Aki
	1,25	Aki
Frutasí	1,31	Supermaxi
	1,20	Gran Aki
	1,20	Aki

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORADO POR:** Las Autoras

En base a lo antes mencionado y a las encuestas realizadas a los consumidores potenciales de naranjilla se determinó, que el precio al distribuidor de una funda de 500 gramos será a \$1,55, mientras que el precio de venta sugerido al público será de \$1,80 con un margen del 15% de ganancia para los intermediarios.

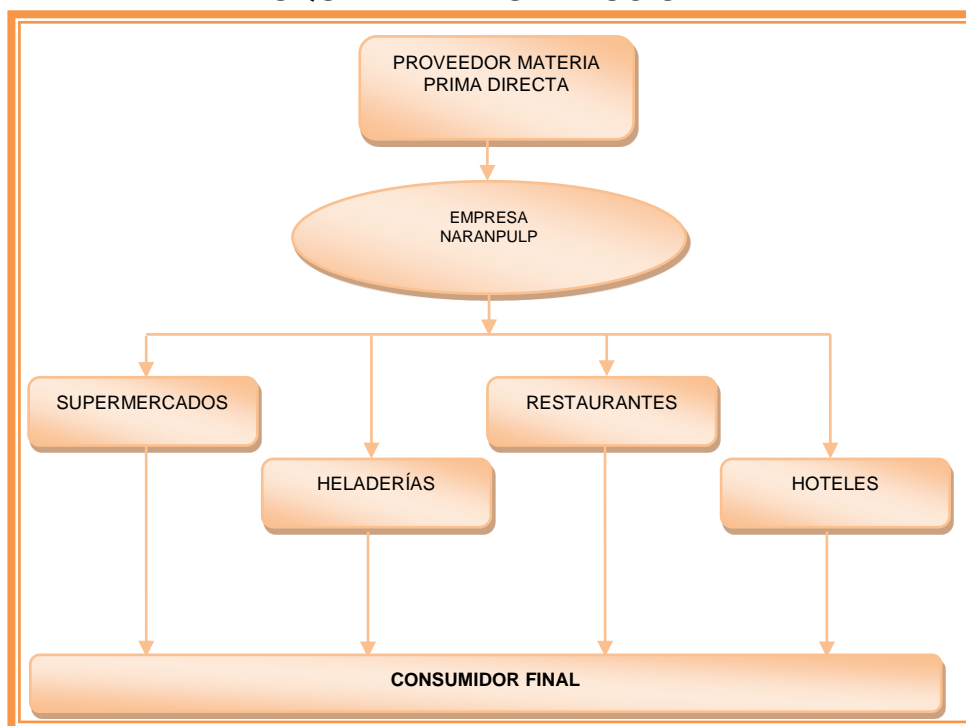
Esto se da debido a que, el producto será de buena calidad, además de ser pasteurizado y hermético con sello de seguridad, tendrá una mejor presentación del que ofrece el mercado actual.

### **3.9 COMERCIALIZACIÓN**

#### **3.9.1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

La pulpa de naranjilla tendrá un conjunto de tareas y operaciones necesarias para su distribución como son las siguientes:

**Gráfico N° 12.  
ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN**



ELABORADO POR: Las Autoras

Después de que se cumplan todos los requisitos para la introducción del producto al mercado, como lo son pasar por las estrictas normas de calidad, entre otros, el siguiente paso será la elaboración de contratos con los mayoristas y distribuidores, que serán el puente que existe entre el productor y consumidor final.

### **3.10 COMPETENCIA**

En el siguiente cuadro se presenta la posible competencia, de origen nacional y que se comercializan en la ciudad de Ibarra, así como precios de los mismos que pueden intervenir en la captación de clientes. Además tendremos como aliados a los intermediarios que al mismo tiempo serán nuestro canal de distribución, debido a que son parte de la misma corporación "LA FAVORITA".

**Cuadro N° 19.  
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

MARCA	PRESENTACIÓN	PRECIO PÚBLICO	SUPERMERCADO DE VENTA
Freshkita	500 gr.	1,71	Supermaxi
		1,60	Gran Aki
		1,60	Aki
Jugo Fácil	500 gr.	2,10	Gran Aki
		2,10	Aki
La Original	500 gr.	1,25	Gran Aki
		1,25	Aki
Frutasí	500 gr.	1,31	Supermaxi
		1,20	Gran Aki
		1,20	Aki

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de haber verificado los datos obtenidos por las fuentes primarias, es decir las encuestas que se realizó a los consumidores potenciales, se permitió conocer que en el medio existe aceptación en el consumo del producto; y que la oferta y demanda de pulpas se encuentra en crecimiento en el mercado local.

Se puede concluir que la implementación de nuestro proyecto tiende a la percepción de ser favorable, debido a que hay poca oferta de pulpa de naranjilla y no existe una empresa similar en el cantón Ibarra; generando la oportunidad de ingresar al mercado en forma positiva y siendo de gran beneficio para quienes lo necesitan.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA

#### 4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

##### 4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El presente proyecto estará ubicado al norte del Ecuador, en la Parroquia La Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura. En este lugar se situará la planta productiva, ya que existe gran abastecimiento de la fruta, a un precio accesible.

Para la comercialización y área administrativa, se situará en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, como punto de venta, debido a que existe mayor acceso para la venta de nuestro producto.

**Gráfico N° 13.  
MACROLOCALIZACIÓN**



FUENTE: Atlas del Ecuador



#### 4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Los factores siguientes permitieron ubicar la localización del proyecto, para la comercialización del producto:

- Cercanía al mercado
- Disponibilidad de terreno
- Disponibilidad de mano de obra
- Acceso a medios de transporte (adquisición y venta del producto)
- Disponibilidad de servicios básicos

En base a los factores antes mencionados, se analizó los sectores de Ibarra y Urcuquí, mediante el método cualitativo por puntos, asignando el peso según el grado de importancia de cada factor detallados en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nº20.  
MÉTODO CUALITATIVO**

<b>MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS</b>					
<b>FACTOR</b>	<b>PESO</b>	<b>IBARRA</b>		<b>URCUQUÍ</b>	
		<b>CALIF</b>	<b>POND</b>	<b>CALIF</b>	<b>POND</b>
Cercanía al mercado.	0,40	9	3,60	5	2,00
Disponibilidad de terreno.	0,20	7	1,40	8	1,60
Disponibilidad mano de obra.	0,20	8	1,60	8	1,60
Acceso a medios de transporte.	0,10	9	0,90	5	0,50
Disponibilidad de servicios básicos.	0,10	9	0,90	6	0,60
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>8,40</b>		<b>6,30</b>

FUENTE: Observación Directa

ELABORADO POR: Las Autoras

Luego del análisis realizado al cuadro anterior, se determinó que el lugar destinado para la comercialización, estará localizado en el Cantón Ibarra, el cual cuenta con todas las características necesarias básicas para el desarrollo del proyecto.

#### 4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

La producción de pulpa de naranjilla se realizará en la Parroquia La Merced de Buenos Aires, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura. La extensión del terreno es de 600m<sup>2</sup>, valorada en \$6.000, lo que facilitará el aprovisionamiento de la materia prima.

**GRÁFICO N°14.  
UBICACIÓN PLANTA DE PRODUCCIÓN**



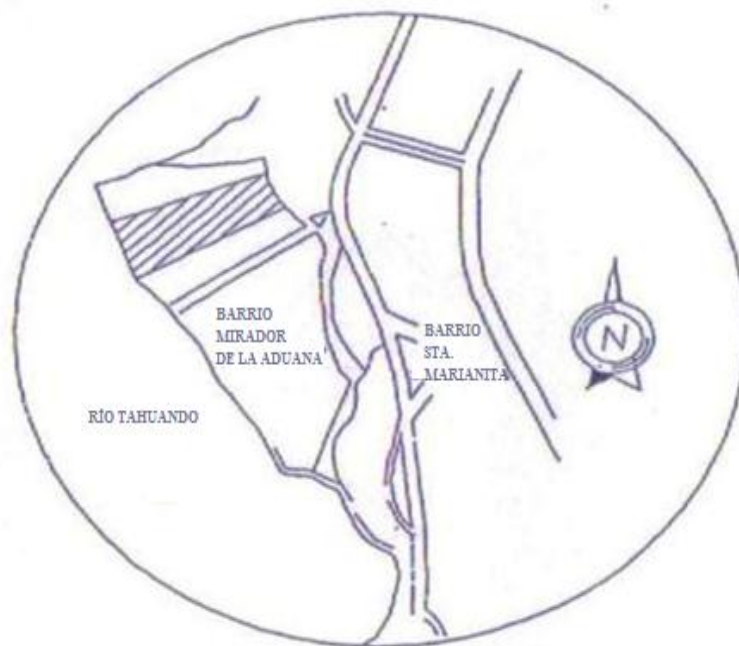
FUENTE: Atlas del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

### 4.3 UBICACIÓN DE LA PLANTA ADMINISTRATIVA

La administración y comercialización de la microempresa se realizará en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Barrio Mirador de la Aduana. La extensión del terreno es de 684m<sup>2</sup>, valorada en \$10.000, lo que facilitará la distribución del producto al mercado.

**GRÁFICO Nº15.  
UBICACIÓN PLANTA ADMINISTRATIVA**



**FUENTE:** Observación Directa  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

### 4.4 DISEÑO DE INSTALACIONES

#### 4.4.1 ÁREA ADMINISTRATIVA

El área administrativa estará conformada por la Gerencia, Departamento Financiero y el Departamento de Comercialización, la misma que tendrá una extensión de 15m<sup>2</sup> de construcción, permitiendo así, realizar las actividades diarias de la misma. **(Ver Anexo E)**

#### 4.4.2 ÁREA DE PRODUCCIÓN

Esta área estará destinada para la transformación del producto (pulpa de naranjilla). La extensión para la operación de la planta será de 199m<sup>2</sup> de construcción, la misma que estará destinada para la fábrica, la zona de carga - descarga, y la bodega donde se almacenará el producto terminado; los mismos que permitirán optimizar tiempo y recursos para la elaboración del producto. **(Ver Anexo E)**

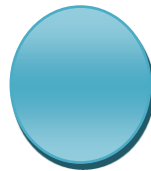
#### 4.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El flujo grama de procesos, es un diagrama secuencial utilizado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea, en nuestro estudio lo utilizaremos para detallar cada uno de los pasos que se desarrollan dentro del proceso de producción de pulpa de naranjilla.

La simbología es la siguiente:



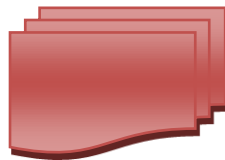
Terminal



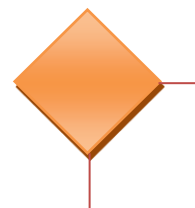
Operación



Actividad



Documentos



Decisión

a)  Terminal

Inicio o fin de una actividad.

b)  **Operación**

Es la fase del proceso o procedimiento.

c)  **Actividad**

Es la verificación o supervisión durante las fases del proceso.

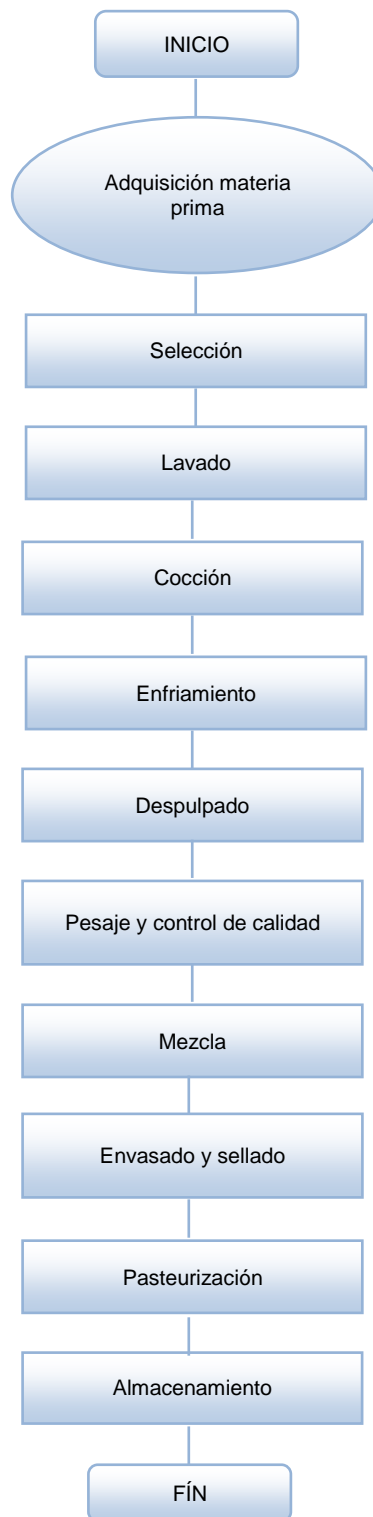
d)  **Documentos**

Representa cualquier documento que ingresa o sale del procedimiento.

e)  **Decisión**

Si la decisión es positiva o negativa.

**Gráfico N°16.**  
**FLUJOGRAMA PROCESO PULPA DE NARANJILLA**



ELABORADO POR: Las Autoras

#### **4.5.1 SELECCIONAR**

Escoger solamente la fruta completamente madura y que no tenga daño microbiano.

#### **4.5.2 LAVAR**

Con agua potable por inmersión o chorro a presión.

#### **4.5.3 COCCIÓN**

Sumergir la fruta en la marmita de escaldado conteniendo agua a ebullición, durante 10 minutos.

#### **4.5.4 ENFRIAR**

Con agua potable, en la marmita la fruta a una temperatura interna de 28°C.

#### **4.5.5 DESPULPAR**

Pasar la fruta por el despulpador y pesar la pulpa.

#### **4.5.6 PESAJE Y CONTROL DE CALIDAD**

Rendimientos, características físicas (viscosidad) y sabor.

#### **4.5.7 FORMULACIÓN**

Determinar las cantidades de azúcar a utilizar en el producto.

#### **4.5.8 MEZCLA**

De todos los ingredientes (pulpa y azúcar) en la licuadora industrial.

#### **4.5.9 ENVASADO Y SELLADO**

Se lo realiza en fundas de polietileno con sello de seguridad y debidamente hermético.

#### 4.5.10 PASTEURIZACIÓN

En agua a 85°C – 88°C durante 10 minutos o a 70°C durante 30 minutos.

#### 4.5.11 ALMACENAMIENTO

Se debe mantener refrigerado a 19°C.

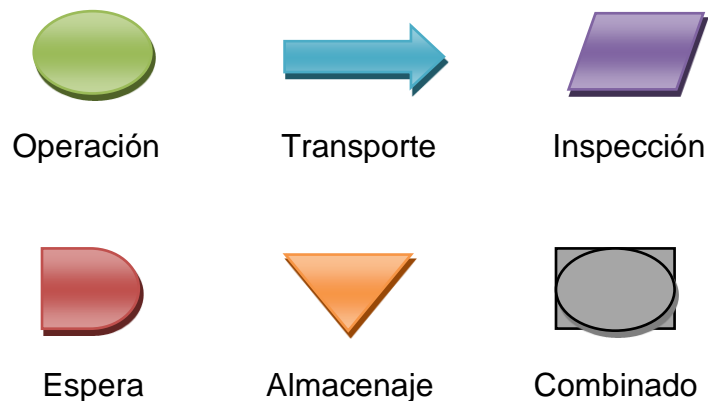
#### 4.5.12 COMERCIALIZACIÓN

Se realiza la distribución del producto a los posibles consumidores y/o clientes del mismo.

#### 4.5.13 DIAGRAMA DE OPERACIÓN

Este diagrama explica en forma más detallada la información del proceso. Aquí se recurre a una simbología que es internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas.

La simbología es la siguiente:



a)  **Operación**

Significa cambio o transformación por medio físico, mecánico o químico o los tres combinados.



b)  **Transporte**

Es la acción de movilizar algún elemento en determinada operación.

b)  **Inspección**

Acción de control que se efectuó correctamente una operación transporte o verificar calidad del producto.

c)  **Espera**

Es la demora que se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella hay que esperar turno para efectuar la actividad.

d)  **Almacenaje**

De materia prima, producto en proceso o producto terminado.

e)  **Combinado**

Se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Esta simbología la representamos en el siguiente diagrama de operación para el análisis respectivo del proceso en detalle, para la obtención de la pulpa.

**Gráfico N° 17**  
**DIAGRAMA DE OPERACIÓN**

Detalle del Metodo	Actividad					Tiempo
1 Recepcion de la Fruta						5 min.
2 Inspeccion de Calidad						5 min.
3 Pesado de materia prima						2 min.
4 Transporte						2,5 min.
5 Almacenamiento						10 min.
6 Pesado para el proceso						1,5 min.
7 Transporte						1 min.
8 Selección y clasificacion						33 min.
9 Lavado						10 min.
10 Transporte						2 min.
11 Cocción						10 min.
12 Transporte						2,5 min.
13 Despulpado						15 min.
14 Transporte						2,5 min.
15 Pesado						3 min.
16 Transporte						2,5 min.
17 Envasado						8 min.
18 Transporte						2,5 min.
19 Enfriamiento						10 min.
20 Espera						3 min.
21 Transporte						2,5 min.
22 Adecuacion de bandejas						8 min.
23 Inspeccion						5 min.
24 Transporte						2,5 min.
25 Almacenamiento						10 min.
26 Espera						5 min.
27 Transporte						
28 Comercializacion						
<b>TOTAL</b>						<b>171 min.</b>

ELABORADO POR: Las Autoras (Ver Anexo F)

## RESUMEN:

Operaciones Simples:	12
Inspecciones:	4
Demoras:	2
Transportes:	10
Almacenamientos:	2

## 4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

### 4.6.1 INVERSIONES FIJAS

#### 4.6.1.1 Terreno

Para el desarrollo del proyecto se contará con dos terrenos, uno para la planta administrativa de 684m<sup>2</sup>, valorado en \$10.000 y el otro para la planta de producción de 600m<sup>2</sup>, valorado en \$6.000.

**Cuadro N°21.  
TERRENO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Terreno Planta de producción	600m <sup>2</sup>	6.000,00
Terreno Planta Administrativa	684m <sup>2</sup>	10.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>16.000,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.2 Infraestructura Civil

Para la implementación del proyecto, sus áreas y detalles técnicos tendrán un costo de \$45.800.

**Cuadro N°22.  
INFRAESTRUCTURA CIVIL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Infraestructura Civil Planta de Procesamiento	199m <sup>2</sup>	39.800,00
Infraestructura Civil Planta Administrativa	15m <sup>2</sup>	6.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>45.800,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.3 Vehículo

Para el transporte y comercialización del producto se utilizará un furgón refrigerado marca HYUNDAI, valorado en \$22.000.

**Cuadro N°23.  
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Furgón Refrigerado HYUNDAI	1	22.000,00	22.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>22.000,00</b>	<b>22.000,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.4 Muebles y Enseres

Para el área administrativa se utilizará los siguientes muebles y enseres, que se presentan a continuación:

**Cuadro N°24.  
MUEBLES Y ENSERES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P/U</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorio Ejecutivo	1	140,00	140,00
Escritorio Secretaria incluido sillas	3	170,00	510,00
Juego de sala para reuniones	1	350,00	350,00
Archivador	4	85,00	340,00
Silla Giratoria	1	20,50	20,50
Silla para Usuarios	5	10,50	52,50
<b>TOTAL</b>		<b>776,00</b>	<b>1.413,00</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### **4.6.1.5 Equipo de Computación**

El Equipo de computación que se utilizará para el funcionamiento de la microempresa se detalla a continuación:

**Cuadro N°25.  
EQUIPO COMPUTACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P/U</b>	<b>TOTAL</b>
Equipo de Cómputo	4	760,00	3.040,00
<b>TOTAL</b>		<b>760,00</b>	<b>3.040,00</b>

**FUENTE:** Proforma

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### 4.6.1.6 Equipo de Oficina

Los materiales a utilizarse en el área administrativa son los que se presentan a continuación:

**Cuadro N°26.  
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Teléfono	4	30,00	120,00
Copiadora e Impresora Multifuncional	2	110,50	221,00
Teléfono Fax	1	220,00	220,00
Calculadora	2	18,00	36,00
<b>TOTAL</b>		<b>378,50</b>	<b>597,00</b>

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.7 Maquinaria

La maquinaria a utilizarse para la elaboración del producto será la siguiente. **(Ver Anexo G)**

**Cuadro N°27.  
MAQUINARIA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Despulpador	1	1.100,00	1.100,00
Congelador	2	750,00	1.500,00
Licadora Industrial	1	400,00	400,00
Marmita	1	1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>3.250,00</b>	<b>4.000,00</b>

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.8 Materiales para el Proceso

Los materiales que se utilizarán para la transformación del producto serán las siguientes: **(Ver Anexo G)**

**Cuadro N°28.  
MATERIALES PARA EL PROCESO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Cilindro de gas	2	52,00	104,00
Mesa de selección	1	200,00	200,00
Balanza	1	14,00	14,00
Sellador	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>		<b>316,00</b>	<b>368,00</b>

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.1.9 Equipo de Trabajo Fungible

El equipo de trabajo fungible que se usará será el siguiente:

**Cuadro N°29.  
EQUIPO DE TRABAJO FUNGIBLE**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cofias 100 unidades	1 Paq.	11,00	11,00	11,00
Guantes 100 unidades	1 Paq.	7,25	7,25	7,25
Botas	3 Pares	7,00	21,00	21,00
Mandiles	4	7,25	29,00	29,00
Uniformes	7	25,00	175,00	175,00
<b>TOTAL</b>		<b>57,50</b>	<b>243,25</b>	<b>243,25</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

## 4.6.2 INVERSIONES DIFERIDAS

### 4.6.2.1 Gastos de Constitución

Son gastos por prestación de servicios legales, notariales y profesionales para la organización del negocio que se efectúan antes del inicio del mismo, cuyos costos serán los siguientes:

**Cuadro N°30.  
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de Constitución	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

## 4.6.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

### 4.6.3.1 Materia Prima Directa

La materia prima principal para la elaboración de pulpa será la naranjilla, la misma que está garantizada por cuatro productores de la fruta existente en la zona, quienes serán nuestros proveedores permanentes, los mismos que pueden proveer de 25 a 40 cajas semanales, lo cual permite programar un procesamiento diario de 15 cajas.

**Cuadro N°31.  
MATERIA PRIMA DIRECTA**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Naranjilla cajas	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
<b>TOTAL</b>	<b>3.600</b>	<b>3.780</b>	<b>3.969</b>	<b>4.167</b>	<b>4.376</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras



#### 4.6.3.2 Materiales e Insumos

Los materiales e insumos a utilizarse en el proceso de la pulpa de la fruta serán los siguientes:

**Cuadro N°32.  
MATERIALES E INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Fundas de polietileno x 4500 unidades	1	127,00	186,21	2.234,48
Baldes 20 litros	4	6,50	26,00	26,00
Azúcar quintal	24	39,50	955,90	11.470,80
Etiquetas de 1000 unidades	7	100,00	660,00	7.920,00
Gavetas de 30cm	4	7,00	28,00	28,00
<b>TOTAL</b>		<b>280,00</b>	<b>1.856,11</b>	<b>21.679,28</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.3.3 Sueldo de Producción

Para la operación del negocio se necesitará el siguiente personal:

**Cuadro N°33.  
SUELDO DE PRODUCCIÓN**

CARGO	Nº PERSONAS	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Jefe de Producción	1	330,00	3.960,00
Operarios	2	318,00	7.632,00
<b>TOTAL</b>		<b>648,00</b>	<b>11.592,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo (Ver Anexo H)

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

##### 4.6.4.1 Sueldos Administrativos

Para la operación del negocio dispondrá del siguiente personal:

**Cuadro N°34.  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CARGO	Nº PERSONAS	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	1	400,00	4.800,00
Secretaria/ Contadora	1	350,00	4.200,00
Guardia	2	318,00	7.632,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.068,00</b>	<b>16.632,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo (Ver Anexo H)

ELABORADO POR: Las Autoras

##### 4.6.4.2 Suministros

Los útiles a utilizarse en el área administrativa serán los siguientes:

**Cuadro N°35.  
SUMINISTROS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Papel para impresora	10	5,12	51,20
Sellos automáticos	4	17,00	68,00
Cuadernos	8	1,28	10,24
Esferos caja	1	7,60	7,60
Cintas de embalaje	8	1,10	8,80
Tinta impresora multifunción	4	4,00	16,00
Grapadora	4	8,15	32,60
Grapas	4	0,92	3,68
Numerador	4	23,87	95,48
Perforadora	4	2,91	11,64
Portaminas caja	1	14,54	14,54
Tinta para sellos	4	1,02	4,08
Carpetas archivadoras	8	2,75	22,00
<b>TOTAL</b>		<b>90,26</b>	<b>345,86</b>

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.4.3 Servicios Básicos

Los servicios básicos a utilizarse serán los que se detallan el siguiente cuadro:

**Cuadro N°36.  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	110,00	1.320,00
Teléfono	48,00	576,00
Agua Potable	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>208,00</b>	<b>2.496,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.4.4 Gasto Mantenimiento Equipo Cómputo

El mantenimiento del equipo de cómputo se lo realizará cada año a partir del segundo, de acuerdo como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°37.  
MANTENIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO**

DESCRIPCIÓN	Nº EQUIPOS	P/U	VALOR ANUAL
Gasto Mantenimiento Equipo Computación	4	20,00	80,00
<b>TOTAL</b>		<b>20,00</b>	<b>80,00</b>

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.5 GASTOS DE VENTA

##### 4.6.5.1 Sueldo en ventas

Para la comercialización del producto se necesitará del siguiente personal:

**Cuadro N°38.  
SUELDO EN VENTAS**

<b>CARGO</b>	<b>Nº PERSONAS</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Jefe Comercialización	1	330,00	3.960,00
Vendedor/Chofer	1	318,00	3.816,00
<b>TOTAL</b>		<b>648,00</b>	<b>7.776,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo (Ver Anexo H)

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.5.2 Gasto Publicidad

La publicidad del producto se realizará de forma continua, como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°39.  
GASTO PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad 1000 volantes	115,00	1.380,00
<b>TOTAL</b>	<b>115,00</b>	<b>1.380,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.5.3 Combustible y Mantenimiento

Para el mantenimiento y combustible que utilizará el furgón refrigerado, será el siguiente:

**Cuadro N°40.  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Combustible	400,00	4.800,00
Mantenimiento	200,00	2.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>600,00</b>	<b>7.200,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.6.6 CAPITAL DE TRABAJO

**Cuadro N°41.  
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN		VALOR MENSUAL
<b>Materia Prima Directa</b>		<b>1.350,00</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>		<b>636,00</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		<b>2.429,36</b>
Materia Prima Indirecta	1.856,11	
Mano de Obra Indirecta	330,00	
Equipo de Trabajo Fungible	243,25	
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>1.939,86</b>
Gastos Sueldo Personal Administrativo	1.386,00	
Gastos Suministros	345,86	
Servicios Básicos	208,00	
Gasto Mantenimiento Equipo de Cómputo	0,00	
<b>Gastos de Venta</b>		<b>1.363,00</b>
Sueldo en Ventas	648,00	
Publicidad	115,00	
Combustible y Mantenimiento	600,00	
<b>Subtotal</b>		<b>7.718,22</b>
Imprevistos 10%		771,82
<b>TOTAL</b>		<b>10.200,00</b>

FUENTE: Cuadro N° 21 al 40

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.7 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la unidad productiva se toma en cuenta la capacidad de producción, la misma que fue de 6.600 fundas de 500 gramos mensuales y 79.200 fundas de pulpa al año. Además se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

#### **4.7.1 MERCADO**

La demanda de pulpa de naranjilla en la ciudad de Ibarra, muestra la factibilidad para la creación de la nueva unidad productiva. Luego de la información obtenida en la investigación de campo, se determinó que el mercado es altamente atractivo, ya que el 58% de la población Ibarreña, están dispuestos a adquirir la pulpa de naranjilla, lo cual, indica que los productos a ser ofertados son aceptados.

#### **4.7.2 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS**

Para dar inicio a la ejecución del proyecto se requerirá de fondos propios y créditos financieros, el mismo que será financiado por Instituciones Financieras de la ciudad de Ibarra.

#### **4.7.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA**

En lo que se refiere a la mano de obra, se requerirá de personal especializado, que tenga conocimientos sobre la producción de pulpa de naranjilla, además de sistemas de administración, financieros y marketing.

#### **4.7.4 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA**

El abastecimiento de materia prima e insumos, que se utilizará para la producción de pulpa de naranjilla, será de buena calidad.

Los principales proveedores de la fruta, se encuentran ubicados en la parroquia la Merced de Buenos Aires, siendo una ventaja principal para la empresa ya que el precio de la materia prima es al costo.

#### **4.7.5 CAPACIDAD INSTALADA**

Con la utilización efectiva del 95% de la capacidad instalada de la planta, la producción de pulpa de naranjilla requerirá el procesamiento de 75 cajas semanales de materia prima, lo que representa 15 cajas diarias o 165 kilos diarios.

La provisión de materia prima (naranja) estará garantizada por cuatro de los productores de la fruta existentes en la zona, y con quienes la microempresa a instalarse establecerá los acuerdos comerciales respectivos; además, la provisión de materia prima estará asegurada por cuanto los agricultores serán nuestros proveedores permanentes, los mismos que nos proporcionarán la fruta a un precio accesible que varía desde los \$4,50 a \$6,00 en el lugar de la cosecha. La naranja será entregada en gavetas y no en cajas, lo que les beneficia evitarse el costo de la misma y el transporte de la fruta.

#### **4.8 CONFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA MICROEMPRESA**

##### **4.8.1 NOMBRE DE LA MICROEMPRESA**

La Microempresa que se constituirá se denominará “**SOEP**”, la misma que estará ubicada en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

##### **4.8.2 MARCO LEGAL**

Del análisis realizado a las diferentes clases de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la “Sociedad de Hecho”. Siendo la mejor alternativa para formalizar adecuadamente la producción de pulpa de naranja, la misma que se contrae con un mínimo de dos o más personas, que se obligan a aportar dinero, trabajo u otro tipo de bienes para explotar una actividad comercial, con el ánimo de repartirse entre sí las utilidades.

La sociedad de hecho no se constituye por escritura pública, sino por medio de un contrato consensual sin solemnidad alguna. Además el registro mercantil es obligatorio y se debe realizar dentro del mes siguiente a la constitución o permiso de funcionamiento de la misma.

Esta sociedad no es persona jurídica. Por consiguiente, los derechos que

se adquieran y las obligaciones que se contraigan para la empresa social se entenderán adquiridos o contraídos a favor o a cargo de todos los socios de hecho. Las estipulaciones acordadas por los asociados producirán efectos entre ellos.

Los socios podrán en cualquier tiempo pedir que se haga la liquidación de la sociedad y que se liquide y pague su participación en ella, lo cual corresponde a una medida de salvaguarda en su favor, pues no se les puede obligar a permanecer en una sociedad gravosa para ellos, habida consideración de la responsabilidad solidaria e ilimitada que les incumbe, así como por la especial afectación de los bienes comprometidos en desarrollo de la actividad social a favor de terceros acreedores.

#### **4.8.3 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

Previa entrevista con el Jefe de Rentas del Municipio de Ibarra, se determinó que no existe ninguna dificultad para que se implemente una empresa de esta naturaleza en el sector. Para el funcionamiento de la misma, son necesarios los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC).
- Patente Municipal.
- Permiso y Registro Municipal.

##### **a) Requisitos para el Registro Único de Contribuyente (RUC).**

- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Copia de cédula de identidad.
- Copia del certificado de votación.



**b) Requisitos para la Patente Municipal por primera vez.**

- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Escrituras del área física.
- Copia del RUC.
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Inscripción.

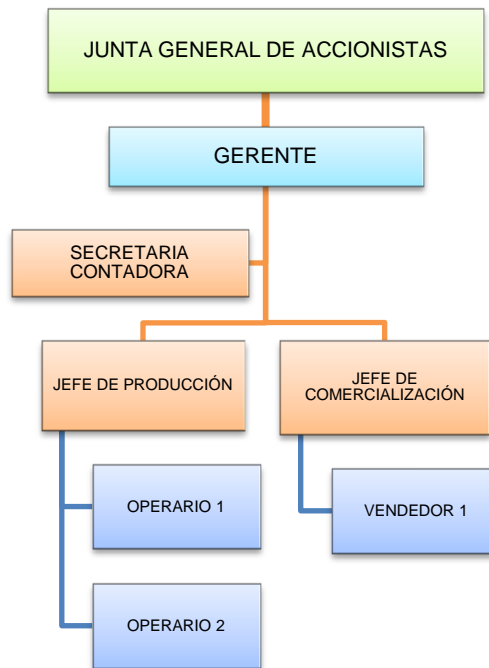
**c) Requisitos para obtener el Permiso de Funcionamiento y el Registro Sanitario en el Ministerio de Salud Pública.**

- Permiso de la Intendencia.
- Ficha de inspección.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia del RUC.
- Certificado de salud (Original y Copia).
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.

**4.8.4 PROPUESTA ORGANIZATIVA Y ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA**

**a) Estructura Orgánica de la Microempresa**

**Gráfico N°18.  
ORGANIGRAMA**



ELABORADO POR: Las Autoras

**b) Funciones y Descripción**

➤ **Gerente**

<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Capacidad de Comunicación.</li> <li>➤ Capacidad de Escuchar.</li> <li>➤ Dotes de Mando.</li> <li>➤ Capacidad de Trabajo.</li> <li>➤ Espíritu de Lucha.</li> <li>➤ Capacidad de Liderazgo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gerenciamiento de la motivación del personal.</li> <li>➤ Conducción de grupos de trabajo.</li> <li>➤ Dirección de personas.</li> <li>➤ Habilidad para la toma de decisiones en el tiempo.</li> <li>➤ Habilidad para negociar.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
<p>Nivel de instrucción Superior en Agroindustrias y afines al puesto con experiencia laboral, tener conocimiento de administración.</p>	

➤ **Secretaria Contadora**

<p><b>PERFIL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Personalidad equilibrada y proactiva.</li> <li>➤ Autoestima positiva.</li> <li>➤ Capacidad de adaptación a los cambios.</li> <li>➤ Capacidad de crear, innovar e implementar.</li> <li>➤ Criterio propio para actuar oportunamente.</li> <li>➤ Disposición para trabajar en equipo.</li> <li>➤ Prudencia para manejar situaciones diversas.</li> </ul>	<p><b>COMPETENCIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adaptabilidad</li> <li>➤ Discreción</li> <li>➤ Responsabilidad</li> <li>➤ Buen criterio</li> <li>➤ Previsión</li> </ul>
<p><b>REQUISITOS</b></p> <p>Nivel de instrucción Superior en Contabilidad y experiencia laboral mínimo 1 año.</p>	

➤ **Jefe de Producción**

<p><b>PERFIL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Metódico y organizado en su propio trabajo.</li> <li>➤ Sólido en sus decisiones.</li> <li>➤ Predisposición para trabajar formando equipo.</li> <li>➤ Analítico y reflexivo ante decisiones importantes.</li> </ul>	<p><b>COMPETENCIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dirección y desarrollo de personas.</li> <li>➤ Iniciativa e innovación.</li> <li>➤ Habilidad de comunicación.</li> <li>➤ Capacidad de análisis y toma de decisiones.</li> </ul>
<p><b>REQUISITOS</b></p> <p>Nivel de instrucción Superior en Agroindustria y carreras afines al puesto con experiencia laboral mínimo 1 año.</p>	

➤ **Jefe de Comercialización**

<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener una buena planeación.</li> <li>➤ Habilidad en la toma de decisiones.</li> <li>➤ Definir prioridades.</li> <li>➤ Capacidad de negociación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Líder</li> <li>➤ Espíritu emprendedor</li> <li>➤ Iniciativa</li> <li>➤ Capaz de generar cambios en el ente</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
<p>Nivel de instrucción Superior en Mercadotecnia y carreras afines al puesto con experiencia laboral mínimo 1 año.</p>	

➤ **Operarios**

<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ser una persona activa.</li> <li>➤ Capacidad para realizar diferentes actividades.</li> <li>➤ Responsabilidad en sus funciones.</li> <li>➤ Habilidad para comunicarse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Responsabilidad</li> <li>➤ Honestidad</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Capacidad de colaborar</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
<p>Nivel de Instrucción Bachiller o nivel Superior en carreras afines.</p>	

➤ **Vendedor/Chofer**

<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener Compromiso.</li> <li>➤ Ser Paciente.</li> <li>➤ Dinámico.</li> <li>➤ Tener facilidad de palabra.</li> <li>➤ Ser creativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Honestidad</li> <li>➤ Responsabilidad en sus funciones.</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Ética moral</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
<p>Nivel de instrucción Superior en Mercadotecnia, Ventas y carreras afines al puesto con experiencia laboral mínimo 1 año.</p> <p>Posea licencia de conducir profesional o no profesional.</p>	

### **c) Misión**

*“SOEP” es una microempresa dedicada a la elaboración de pulpa de naranjilla 100% natural, con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un producto de calidad.*

### **d) Visión**

*Convertirse en la empresa líder en la elaboración de pulpa de naranjilla y comercializarla internacionalmente, mediante fundamentos de competitividad, innovación y eficiencia, para ofrecer productos de calidad y el desarrollo de nuevos productos.*

### **e) Estrategias de Comercialización**

Las siguientes estrategias en función del precio, producto, plaza y promoción están encaminadas para la comercialización de la pulpa.

#### **Estrategia de Producto**

- Dar a conocer el producto y los beneficios que posee al momento de ser utilizado.
- Realizar una buena presentación para la venta del producto.
- Informar los beneficios nutricionales del consumo de pulpa de naranjilla.

#### **Estrategia de Precio**

- Determinar un precio de acuerdo a la calidad del producto, permitiendo ingresar al mercado con un gran volumen de ventas.
- Ofrecer alternativas de pago a los clientes para incrementar el volumen de ventas, ofertando créditos de acuerdo al monto adquirido del producto.

### **Estrategia de Plaza**

- Realizar convenios con restaurantes, hoteles, supermercados entre otros, para proveer el producto de manera directa.
- Usar un medio de comunicación masivo, para lograr que el cliente se entere del producto que se ofrece y el lugar donde se lo puede encontrar.

### **Estrategia de Promoción**

- Participar en eventos y ferias locales, exhibiendo el producto y obsequiando una muestra del mismo.

Además se desarrollará una información básica del producto y del lugar donde será comercializado, por lo que, es necesario realizar varias actividades complementarias que se muestran a continuación:

- **Nombre de la Microempresa**

El nombre de la microempresa, es el primer paso que se debe realizar para que la misma sea identificada de la competencia; la cual se denominará “**SOEP**”.

- **Logotipo**

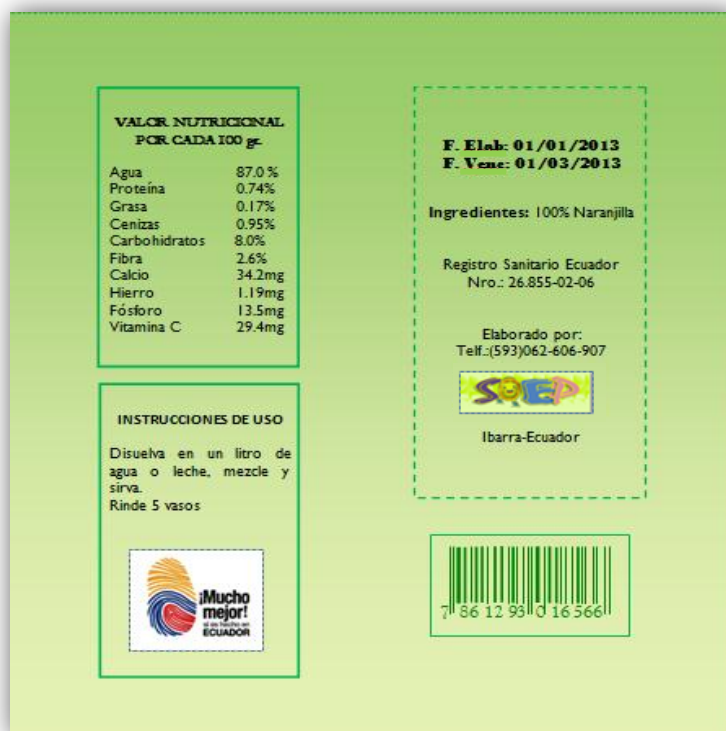
El logotipo de la empresa a constituirse será el que se presenta a continuación:



ELABORADO POR: Las Autoras

➤ **Etiqueta**

La etiqueta para la presentación del producto será la siguiente:



ELABORADO POR: Las Autoras

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 INVERSIÓN TOTAL

Para el funcionamiento de la microempresa, se necesita un capital de \$104.661,25; de los cuales el 43% se financiará con recursos propios, es decir \$44.661,25; mientras que el 57% se financiará mediante un préstamo bancario de \$60.000,00; los mismos que están detallados en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°42.  
INVERSIÓN TOTAL**

CONCEPTO	VALOR TOTAL	APORTE PROPIO	APORTE FINANCIADO
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>93.461,25</b>		
Terreno	16.000,00	16.000,00	
Infraestructura Civil	45.800,00		45.800,00
Vehículo	22.000,00	22.000,00	
Muebles y Enseres	1.413,00	1.413,00	
Equipo de Computación	3.040,00	3.040,00	
Equipo de Oficina	597,00	597,00	
Maquinaria	4.000,00		4.000,00
Materiales para el Proceso	368,00	368,00	
Equipo de Trabajo Fungible	243,25	243,25	
<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>1.000,00</b>		
Gastos de Constitución	1.000,00	1.000,00	
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>10.200,00</b>		10.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>104.661,25</b>	<b>44.661,25</b>	<b>60.000,00</b>

FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 5.2 FINANCIAMIENTO

El valor de \$60.000,00; se propone financiar con un préstamo bancario en el Banco Nacional de Fomento, la cual presenta las siguientes alternativas:



**Cuadro Nº43.  
FINANCIAMIENTO**

<b>A QUIEN VA DIRIGIDO</b>	Personas Naturales	Personas Jurídicas sin importar la composición de su capital social (privadas, mixtas o públicas) bajo el control de la superintendencia de compañías	Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones, federaciones y corporaciones con personería jurídica, previa opinión jurídica e interna favorable.
<b>DESTINO</b>	Activo Fijo: Obra civil, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semovientes.	Capital de trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago mano de obra, entre otros.	
<b>MONTO</b>	Desde 50.000 hasta el monto definido por la metodología de riesgo.		
<b>PLAZO</b>	Activo fijo hasta 10 años	Capital de trabajo hasta 3 años	Línea forestal hasta 10 años
<b>TASA DE INTERÉS</b>	11% anual		
<b>PERÍODO DE GRACIA</b>	1 año de gracia y dependiendo del flujo de caja proyectado conforme al período pre operativo del negocio.		
<b>ACTIVIDADES FINANCIADAS</b>	Sector Energía Renovable Sector Eléctrico Sector Agropecuario	Sector Pesca Sector Minero Sector Manufactura	Sector Construcción Sector Turismo Sector Transporte

**FUENTE:** Banco Nacional de Fomento

**ELABORADO POR:** Las Autoras

La totalidad del financiamiento solo se destina para activos fijos en proyectos nuevos.

El valor del préstamo se financiará a un plazo de 4 años, con una tasa de interés nominal del 11% pagadero trimestralmente; con un año de gracia.

### 5.2.1 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Valor del préstamo	\$60.000,00
Tiempo	4 años
Tasa interés	11% capitalizable trimestralmente
Forma de pago	Trimestre
Período de gracia	1 año

Para el cálculo de la cuota se utilizó la siguiente fórmula:

VP= Pago de los pagos

VF= Valor del financiamiento

i = Tasa nominal

n = Períodos de pago

$$VP = \frac{VF \cdot i \cdot (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

$$VP = \frac{60.000,00 \cdot \left(\frac{0,11}{4}\right) \cdot \left[1 + \left(\frac{0,11}{4}\right)\right]^{16}}{\left[\left(1 + \frac{0,11}{4}\right)^{16} - 1\right]}$$

$$VP = 4.685,83$$

**Cuadro N°44.**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

AÑO	NRO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO DEUDA
	0				60.000,00
1	1	4.685,83	1.650,00	0,00	60.000,00
	2	4.685,83	1.650,00	0,00	60.000,00
	3	4.685,83	1.650,00	0,00	60.000,00
	4	4.685,83	1.650,00	0,00	60.000,00
2	5	4.685,83	1.650,00	3.035,83	56.964,18
	6	4.685,83	1.566,51	3.119,31	53.844,86
	7	4.685,83	1.480,73	3.205,09	50.639,77
	8	4.685,83	1.392,59	3.293,23	47.346,54
3	9	4.685,83	1.302,03	3.383,80	43.962,74
	10	4.685,83	1.208,98	3.476,85	40.485,89
	11	4.685,83	1.113,36	3.572,46	36.913,43
	12	4.685,83	1.015,12	3.670,71	33.242,72
4	13	4.685,83	914,17	3.771,65	29.471,07
	14	4.685,83	810,45	3.875,37	25.595,70
	15	4.685,83	703,88	3.981,94	21.613,76
	16	4.685,83	594,38	4.091,45	17.522,31
5	17	4.685,83	481,86	4.203,96	13.318,35
	18	4.685,83	366,25	4.319,57	8.998,77
	19	4.685,83	247,47	4.438,36	4.560,41
	20	4.685,83	125,41	4.560,41	0,00

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: Las Autoras

### 5.3 CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL

**Cuadro N°45.**  
**CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	44.661,25	43%	9,13	3,90
Inversión Financiada	60.000,00	57%	11,00	6,31
<b>TOTAL</b>	<b>104.661,25</b>	<b>100%</b>		<b>10,20</b>

FUENTE: Cooperativa Pablo Muñoz Vega (9,13%)

ELABORADO POR: Las Autoras

$$TRM = (1 + CK)(1 + inf) - 1$$

$$TRM = (1 + 10,20\%)(1 + 5\%) - 1$$

$$TRM = 16\%$$

Por lo tanto el 16% es la tasa del rendimiento real mínimo del proyecto.

## 5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS

Los ingresos del proyecto se estiman en base a las cantidades producidas cada año, las cuales son multiplicadas por el precio unitario, el mismo que se incrementará en un 5% cada año.

Los costos de producción (materia prima directa, mano de obra directa, gastos indirectos de fabricación), los gastos administrativos (sueldos administrativos, suministros, servicios básicos, mantenimiento) y los gastos de venta (sueldos en ventas, publicidad, combustible) se incrementarán en un 5% cada año, debido a la tasa de inflación.

### 5.4.1 PRECIO DE VENTA

En base a las encuestas realizadas a los productores y consumidores potenciales de naranjilla se determinó que, el precio de venta es de \$1,55 la funda de 500 gramos.

### 5.4.2 CRECIMIENTO DEL PRECIO

El crecimiento del precio de la pulpa será del 5% cada año.

**Cuadro N°46.  
CÁLCULO DEL PRECIO**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pulpa 500gr	1,55	1,63	1,71	1,79	1,88
<b>TOTAL</b>	<b>1,55</b>	<b>1,63</b>	<b>1,71</b>	<b>1,79</b>	<b>1,88</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Las Autoras

### 5.4.3 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

**Cuadro N°47.  
PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pulpa 500gr	79.200	83.160	87.318	91.684	96.268
<b>TOTAL</b>	<b>79.200</b>	<b>83.160</b>	<b>87.318</b>	<b>91.684</b>	<b>96.268</b>

FUENTE: Investigación Directa (Ver Anexo I)

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 5.4.4 INGRESOS POR VENTA DE NARANJILLA

**Cuadro N°48.  
INGRESOS POR VENTA DE NARANJILLA**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pulpa 500gr	79.200	83.160	87.318	91.684	96.268
Precio	1,55	1,63	1,71	1,79	1,88
<b>TOTAL</b>	<b>122.760,00</b>	<b>135.342,90</b>	<b>149.215,55</b>	<b>164.510,14</b>	<b>181.372,43</b>

FUENTE: Cuadro N° 46 y 47

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 5.5 DEPRECIACIONES

**Cuadro N°49.  
PORCENTAJE DE DEPRECIACIONES**

CONCEPTO	VIDA ÚTIL AÑOS	%
Infraestructura Civil	20	5%
Muebles y Enseres	10	10%
Equipo de Computación	3	33%
Equipo de Oficina	10	10%
Vehículo	5	20%
Maquinaria	10	10%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 5.5.1 DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

**Cuadro N°50.  
DEPRECIACIONES DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO**

CONCEPTO	VALOR EN LIBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura Civil	43.510,00	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50
Muebles y Enseres	1.271,70	127,17	127,17	127,17	127,17	127,17
Equipo de Computación	2.036,80	678,93	678,93	678,93	0,00	0,00
Equipo de Oficina	537,30	53,73	53,73	53,73	53,73	53,73
Vehículo	17.600,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00
Maquinaria	3.600,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
<b>TOTAL</b>	<b>68.555,80</b>	<b>6.915,33</b>	<b>6.915,33</b>	<b>6.915,33</b>	<b>6.236,40</b>	<b>6.236,40</b>

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (Ver Anexo J)

ELABORADO POR: Las Autoras

## 5.5.2 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

**Cuadro N°51.**  
**AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>

**FUENTE:** Servicio de Rentas Internas (Ver Anexo J)

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## 5.6 BALANCE GENERAL DE ARRANQUE AL AÑO CERO

### EMPRESA "SOEP" BALANCE GENERAL AL AÑO CERO

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>60.000,00</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>
Bancos	60.000,00		Préstamo por pagar
			60.000,00
			<b>TOTAL PASIVOS</b>
			<b>60.000,00</b>
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>43.661,25</b>	
Terreno	16.000,00		<b>PATRIMONIO</b>
Vehículo	22.000,00		Aporte Propio
Muebles y Enseres	1.413,00		44.661,25
Equipo de Computación	3.040,00		
Equipo de Oficina	597,00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>
Inventario Materiales Fungibles	368,00		<b>44.661,25</b>
Equipo de Trabajo Fungible	243,25		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>1.000,00</b>	
Gastos de Constitución	1.000,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>104.661,25</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>
			<b>104.661,25</b>

## 5.7 PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

### EMPRESA "SOEP" ESTADO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Venta Pulpa de Naranja	122.760,00	135.342,90	149.215,55	164.510,14	181.372,43
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>122.760,00</b>	<b>135.342,90</b>	<b>149.215,55</b>	<b>164.510,14</b>	<b>181.372,43</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Costos de Producción</b>					
Materia Prima e Insumos	37.879,28	40.567,04	42.571,76	45.674,60	49.098,08
Mano de Obra Directa	10.149,29	11.292,49	11.825,31	12.384,78	12.972,21
Gastos Indirectos de Fabricación	37.124,71	40.143,75	41.139,82	43.087,48	45.192,05
Materia Prima Indirecta	21.679,28	22.706,54	22.880,55	23.965,05	25.163,30
Mano de Obra Indirecta	5.254,14	5.847,31	6.123,77	6.414,06	6.718,87
Otros Gastos	10.191,29	11.589,90	12.135,49	12.708,37	13.309,89
Equipo de Trabajo	0,00	255,41	268,18	281,59	295,67
Gasto Depreciación Maquinaria	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>85.153,28</b>	<b>92.003,28</b>	<b>95.536,89</b>	<b>101.146,85</b>	<b>107.262,34</b>
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos	11.854,50	13.202,61	13.830,94	14.490,69	15.183,42
Suministros	138,14	145,05	141,01	118,17	124,08
Servicios Básicos	2.496,00	2.620,80	2.751,84	2.889,43	3.033,90
Gasto Mantenimiento Equipo de Cómputo	0,00	80,00	84,00	88,20	92,61
Gasto Depreciación Infraestructura	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	127,17	127,17	127,17	127,17	127,17
Gasto Depreciación Equipo de Computación	678,93	678,93	678,93	0,00	0,00
Gasto Depreciación Equipo de Oficina	53,73	53,73	53,73	53,73	53,73
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>5.669,47</b>	<b>5.881,18</b>	<b>6.012,18</b>	<b>5.452,20</b>	<b>5.606,99</b>
<b>Gasto de Ventas</b>					
Sueldos	10.328,78	11.493,55	12.036,43	12.606,45	13.204,97
Publicidad	1.380,00	1.449,00	760,73	399,38	209,67
Combustible y Mantenimiento de Vehículo	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Gasto Depreciación Vehículo	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00
<b>Total Gasto de Ventas</b>	<b>12.100,00</b>	<b>12.529,00</b>	<b>12.218,73</b>	<b>12.254,28</b>	<b>12.481,32</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses	6.600,00	6.089,84	4.639,49	3.022,89	1.221,00
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>6.600,00</b>	<b>6.089,84</b>	<b>4.639,49</b>	<b>3.022,89</b>	<b>1.221,00</b>
<b>Amortización Gastos de Constitución</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>109.722,75</b>	<b>116.703,30</b>	<b>118.607,28</b>	<b>122.076,22</b>	<b>126.771,65</b>
<b>UTILIDAD O PÉRDIDA PROYECTADA</b>	<b>13.037,25</b>	<b>18.639,60</b>	<b>30.608,27</b>	<b>42.433,92</b>	<b>54.600,78</b>



## 5.8 PROYECCIÓN ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### EMPRESA "SOEP" ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	122.760,00	135.342,90	149.215,55	164.510,14	181.372,43
(-) Costo de Producción	74.961,99	80.668,79	83.669,58	88.720,07	94.248,13
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>47.798,01</b>	<b>54.674,11</b>	<b>65.545,97</b>	<b>75.790,07</b>	<b>87.124,30</b>
(-) Gastos Administrativos	14.488,64	16.048,46	16.807,79	17.586,49	18.434,01
(-) Gastos de Ventas	18.908,78	20.502,55	20.735,15	21.340,73	22.166,29
(-) Depreciaciones	6.915,33	6.915,33	6.915,33	6.236,40	6.236,40
(-) Amortización Gasto Constitución	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>7.285,25</b>	<b>11.007,76</b>	<b>20.887,69</b>	<b>30.426,45</b>	<b>40.087,60</b>
(-) Gastos Financieros Intereses	6.600,00	6.089,84	4.639,49	3.022,89	1.221,00
<b>Utilidad antes Participación Trabajadores</b>	<b>685,25</b>	<b>4.917,92</b>	<b>16.248,21</b>	<b>27.403,56</b>	<b>38.866,60</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	102,79	737,69	2.437,23	4.110,53	5.829,99
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>582,47</b>	<b>4.180,23</b>	<b>13.810,98</b>	<b>23.293,02</b>	<b>33.036,61</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	128,14	919,65	3.038,41	5.124,47	7.268,05
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>454,32</b>	<b>3.260,58</b>	<b>10.772,56</b>	<b>18.168,56</b>	<b>25.768,56</b>

## 5.9 PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA

### EMPRESA "SOEP" FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inversión</b>	<b>104.661,25</b>					
Préstamo	60.000,00					
Capital Propio	44.661,25					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta		454,32	3.260,58	10.772,56	18.168,56	25.768,56
(+) Depreciación		6.915,33	6.915,33	6.915,33	6.236,40	6.236,40
(+) Valor de Rescate						77.587,50
<b>Total Ingresos</b>		<b>7.369,66</b>	<b>10.175,92</b>	<b>17.687,89</b>	<b>24.404,96</b>	<b>109.592,46</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago de Capital		0,00	12.653,46	14.103,82	15.720,41	17.522,31
Pago Diferidos		0,00	250,00	250,00	250,00	250,00
<b>Total Egresos</b>		<b>0,00</b>	<b>12.903,46</b>	<b>14.353,82</b>	<b>15.970,41</b>	<b>17.772,31</b>
<b>FLUJO NETO PROYECTADO</b>		<b>7.369,66</b>	<b>-2.727,54</b>	<b>3.334,08</b>	<b>8.434,55</b>	<b>91.820,15</b>

## 5.10 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera calcula, estima y analiza los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará, mediante la implementación de la microempresa de producción y comercialización; para lo cual, se usa las principales técnicas de evaluación financiera.

### 5.11 VALOR ACTUAL NETO

Este indicador financiero muestra el monto de los beneficios reales que se tendrá en el desarrollo del proyecto ante la inversión.

La tasa de rendimiento real mínimo del proyecto es del 16%; por lo que, el VAN proyectado para los cinco años será calculado de la siguiente forma:

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

$$VAN = -44.661,25 + \frac{7.369,66}{(1+0,16)^1} + \frac{-2.727,54}{(1+0,16)^2} + \frac{3.334,08}{(1+0,16)^3} + \frac{8.434,55}{(1+0,16)^4} + \frac{91.820,15}{(1+0,16)^5}$$

$$VAN = 10.175,99$$

**Cuadro N°52.**  
**VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 16%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-44.661,25			-44.661,25
1		7.369,66	1,16	6.353,15
2		-2.727,54	1,3456	-2.027,01
3		3.334,08	1,560896	2.136,00
4		8.434,55	1,81063936	4.658,32
5		91.820,15	2,10034166	43.716,77
<b>VAN</b>				<b>10.175,99</b>

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: Las Autoras

El resultado es positivo; por lo tanto es un proyecto rentable, ya que, se ganará \$10.175,99 después de recuperar la inversión inicial.

## 5.12 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno permite evaluar el proyecto para determinar si es rentable o no. Esta tasa, deberá ser mayor a la tasa de rendimiento real mínima para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo de la TIR vamos a utilizar la tasa de rendimiento real mínima para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

**Cuadro N°53.  
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 20%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 25%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-44.661,25		-44.661,25		-44.661,25
1	7.369,66	1,2	6.141,38	1,25	5.895,73
2	-2.727,54	1,44	-1.894,13	1,5625	-1.745,63
3	3.334,08	1,728	1.929,44	1,953125	1.707,05
4	8.434,55	2,0736	4.067,59	2,44140625	3.454,79
5	91.820,15	2,48832	36.900,46	3,05175781	30.087,63
<b>VAN</b>			<b>2.483,49</b>		<b>-5.261,69</b>

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: Las Autoras

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)}$$

$$TIR = 20 + (25 - 20) \frac{2.483,49}{(2.483,49 - (-5.261,69))}$$

$$TIR = 21,60\%$$

La tasa interna de retorno tiene un valor de 21,60%, la misma que supera a la tasa real mínima (16%); por lo que es un proyecto atractivo.

## 5.13 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Es un elemento de evaluación financiera, que nos permite conocer el tiempo en el cual se recuperará la inversión, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

**Cuadro N°54.  
PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

AÑO	VALORES CORRIENTES			VALORES REALES		
	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJOS NETOS EFECTIVOS ACUMULADOS	DEFLACTOR	VALOR DEFLACTADO	VALOR ACUMULADO
0	44.661,25					
1		7.369,66	7.369,66	0,95238095	7.018,72	7.018,72
2		-2.727,54	4.642,11	0,90702948	-2.473,96	4.544,76
3		3.334,08	7.976,19	0,8638376	2.880,10	7.424,86
<b>4</b>		<b>8.434,55</b>	<b>16.410,74</b>	<b>0,82270247</b>	<b>6.939,12</b>	<b>14.363,98</b>
5		91.820,15	108.230,88	0,78352617	71.943,49	86.307,47

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: Las Autoras

**VALOR CORRIENTE**

16.410,74 sumatoria de 4 años

91.820,15 1 año

28.250,51  $X = 0,31$

La inversión se recuperará a los 4,31 años.

**VALOR REAL**

14.363,98 sumatoria de 4 años

71.943,49 1 año

30.297,27  $X = 0,42$

La inversión se recuperará a los 4,42 años.

**5.14 BENEFICIO COSTO**

Muestra la relación de los beneficios y costos con el valor que tiene el proyecto.

**Cuadro N°55.  
CUADRO BENEFICIO COSTO**

<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>FACTOR</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
1	122.760,00	109.722,75	1,16	105.827,59	94.588,58
2	135.342,90	116.703,30	1,3456	100.581,82	86.729,56
3	149.215,55	118.607,28	1,560896	95.596,09	75.986,66
4	164.510,14	122.076,22	1,81063936	90.857,49	67.421,61
5	181.372,43	126.771,65	2,10034166	86.353,77	60.357,63
<b>TOTAL</b>				<b>479.216,75</b>	<b>385.084,05</b>

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: Las Autoras

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{479.216,75}{385.084,05}$$

$$\frac{B}{C} = 1,24$$

Esta relación muestra que por cada dólar de egresos se generará \$0,24 adicionales.

### 5.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio se determina de la siguiente forma:

$$PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de contribución}}$$

$$PE. \text{ Unidades} = \frac{20.487,61}{1,55 - 1,00}$$

$$PE. \text{ Unidades} = 37.425,35$$

$$PE. \text{ Dólares} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{ Dólares} = \frac{20.487,61}{0,35317817}$$

$$PE. \text{ Dólares} = 58.009,29$$

**Cuadro N°56.  
PUNTO DE EQUILIBRIO**

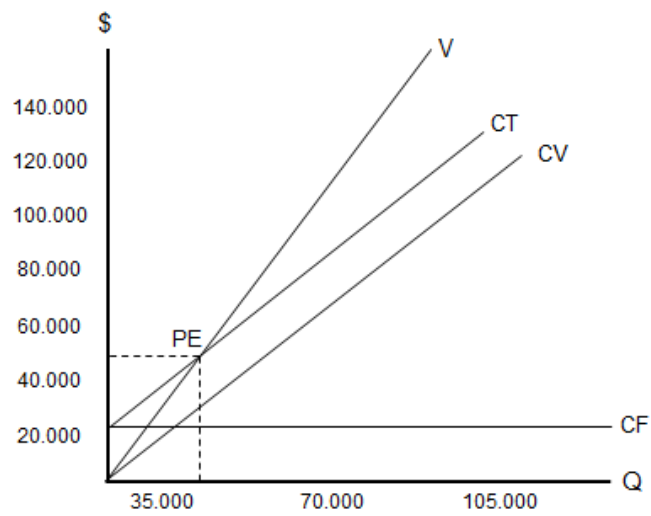
DETALLE	AÑO 1
<b>Ventas</b>	<b>122.760,00</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>20.487,61</b>
Suministros	138,14
Gasto Mantenimiento Equipo de Computación	0,00
Publicidad	1.380,00
Intereses	6.600,00
Gastos de Constitución	200,00
Depreciación	6.915,33
Mano de Obra Indirecta	5.254,14
<b>Costos Variables</b>	<b>79.403,85</b>
Materia Prima Directa	37.879,28
Mano de Obra Directa	10.149,29
Servicios Básicos	2.496,00
Combustible y Mantenimiento	7.200,00
Materia Prima Indirecta	21.679,28
<b>P.E (Unidades)</b>	<b>37.425,35</b>

FUENTE: Estado de Ingresos, Costos y Gastos

ELABORADO POR: Las Autoras

La empresa debe producir 37.425,35 unidades de 500 gramos, para evitar incurrir en pérdidas.

**Gráfico N°19.  
PUNTO DE EQUILIBRIO**



V= Ventas

CT= Costo Total

CV= Costo Variable

CF= Costo Fijo

Q= Cantidad

PE= Punto de Equilibrio

## CAPÍTULO VI

### 6. IMPACTOS

Los impactos para el presente proyecto, se lo evalúa utilizando una matriz de medición, la misma que será detallada de la siguiente manera:

**Cuadro N°57.  
MEDICIÓN DE IMPACTOS**

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

ELABORADO POR: Las Autoras

El nivel de impactos se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\sum \text{Nivel de Impactos}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

### 6.1 EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS

#### 6.1.1 IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Estabilidad económica					X			1
Nivel de ingresos						X		2
Generación de empleo						X		2
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>		<b>5</b>



$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{5}{3}$$

Nivel de Impactos = 1,67 ≈ 2 → Impacto medio positivo

## ANÁLISIS

A través de la implementación de este proyecto mejorará la calidad de vida, mediante la generación de ingresos a los productores de naranjilla y sus familias, dando estabilidad laboral.

### 6.1.2 IMPACTO SOCIAL

Nivel de Impacto \ Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de fuentes de trabajo						X		2
Nivel de vida						X		2
Estabilidad familiar						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{6}{3}$$

Nivel de Impactos = 2 → Impacto medio positivo

## ANÁLISIS

La puesta en marcha del nuevo proyecto involucra la generación de nuevas plazas de empleo, y mano de obra calificada con efecto multiplicador. También permite mejorar el nivel de vida de los trabajadores que forman parte del proyecto.

### 6.1.3 IMPACTO AMBIENTAL

Indicador \ Nivel de Impacto	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos			X					-1
Contaminación			X					-1
Reciclaje de basura			X					-1
Explotación de recursos naturales			X					-1
<b>TOTAL</b>			<b>-4</b>					<b>-4</b>

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{-4}{4}$$

Nivel de Impactos = -1 → Impacto bajo negativo

### ANÁLISIS

El proyecto por su propia naturaleza contiene impactos ambientales negativos, los mismos que serán mitigados para que su efecto sea lo más bajo posible.

### 6.1.4 IMPACTO EDUCATIVO

Indicador \ Nivel de Impacto	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos						X		2
Capacitación							X	3
Experiencia							X	3
Profesionalización						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impactos = 2,5 → Impacto bajo positivo

## ANÁLISIS

Para la realización del presente proyecto, se mejorará los conocimientos en un proceso de formación teórico - práctico relacionado al ámbito productivo, comercial y empresarial. Además permite adquirir experiencia en la parte administrativa, contabilidad, principios de comercio y marketing; y también en la parte que concierne a la producción de pulpa de naranjilla.

### 6.1.5 IMPACTO GENERAL

Nivel de Impacto \ Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico						X		2
Impacto Social						X		2
Impacto Ambiental			X					-1
Impacto Educativo							X	3
<b>TOTAL</b>			-1			4	3	6

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{6}{4}$$

Nivel de Impactos = 1,5 ≈ 2 → Impacto medio positivo

## ANÁLISIS

De acuerdo con el análisis, los impactos referentes al presente proyecto indican que tendrán un impacto medio positivo, lo cual representa que la creación de la microempresa productora y comercializadora de pulpa de naranjilla es beneficiosa, y se caracteriza como una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

- En base al diagnóstico situacional se concluye que en la parroquia La Merced de Buenos Aires existe una gran producción de naranjilla, por lo que se ha identificado que hay las condiciones agroeconómicas óptimas para la implementación de la microempresa de producción y comercialización de pulpa de naranjilla.
- Se ha determinado que las bases teóricas desarrolladas, permiten tener un conocimiento previo para la ejecución y continuación del proceso de investigación; sustentando científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.
- En el estudio de mercado se estableció el direccionamiento de la producción, es decir, el mercado potencial y la identificación de la competencia, lo que permitió determinar la cantidad de producción de pulpa para la comercialización; además se estableció el precio de venta al distribuidor y el precio de venta al público.
- Del estudio técnico y organizacional de la microempresa realizado se concluyó que existen las condiciones físicas, climáticas, tecnológicas, recursos materiales - económicos, talento humano y experiencia productiva; para lograr un eficiente funcionamiento del proyecto.

- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que potencialmente es factible, debido a que presenta un VAN positivo de \$ 10.175,99 y una TIR del 21,60 % mayor que el TRM (16%), lo que garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 4,31 años y la relación beneficio costo es de 1,24 USD, lo que justifica la inversión.
  
- Del análisis de impactos del Proyecto, se determina que éste beneficiará directamente a los productores de la naranjilla, trabajadores, consumidor intermediario y consumidor final. Además en el impacto ambiental se harán manejos de mitigación es decir, se tratará de que los impactos no sean tan altos.

## RECOMENDACIONES:

- De acuerdo a los resultados del estudio, se recomienda crear la microempresa legalmente constituida, y con ello poder satisfacer la demanda, a un precio accesible y sobre todo con calidad en la producción.
- Desarrollar una investigación a fondo para ampliar la teoría y dotarle a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre nuevas tecnologías utilizadas en la producción de pulpa, el comportamiento del consumidor y nuevas técnicas de trabajo, que permitan incursionar en nuevos mercados.
- Realizar estudios de mercado, con el objeto de analizar qué otro tipo de producto es atractivo para el consumidor final, permitiendo incursionar con otras frutas, para así abarcar un mercado mayor y mejorar los márgenes de rentabilidad del proyecto.
- La microempresa deberá tomar como elemento primordial de su funcionamiento al recurso humano, dando un trato y una remuneración justa.
- Adquirir un préstamo para promocionar al mercado una nueva línea de productos y de esta manera obtener un posicionamiento dentro del mismo, para así lograr el crecimiento continuo de la microempresa.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Aeya, J. C., & Lardner, R. W. (2002). *Matemáticas aplicadas a la administración y a la economía*. Pearson Educación.
- Arya, J. C. (2009). *Matemáticas aplicadas a la administración y a la economía*. Madrid: Pearson Educación.
- Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
- Arco, E. A., & Blomer, B. V. (2009). *Como crear tu nueva Empresa*. Madrid - España: Paraninfo S.A.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Madrid: McGraw Hill.
- Baños, A. (2011). *Los secretos de los precios: De los lados del mostrador*. Barcelona: Granica
- Bonilla Musoles, M., & Ivars Escortell, A. (2006). *Matemáticas de las Operaciones financieras: Teoría y práctica*. Thomson.
- Carlson, W. L., Thorne, B., & Newbold, P. (2010). *Estadística para Administración y Economía*. Madrid: Pearson Educación
- Coulter, M., & Robbins, S. (2010). *Administración*. Mexico: Pearson Educacion.
- Coulter, R. (2010). *Administración*. Mexico DF: Pearson.
- Ferrell, L., & Hirt, G. A. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. Bogotá: McGraw Hill.

- Godoy, O. G.-A. (2009). *Diccionario Contable y Comercial*. Buenos Aires - Argentina: Valletta.
- Haeussler, E. F., Paul, R. S., & Richard, W. (2008). *Matemáticas para Administración Y Economía*. México: Pearson Educación.
- Martínez Ruiz, H., & Ávila Reyes, E. (2010). *Metodología de la Investigación*. Cengage Learning.
- Mascarñas Pérez Iñigo, J. (2010). *Finanzas para directivos*. Mexico: Pearson Educación.
- Mateo Campoy, D. (2010). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa: Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial*. Ediciones de la U.
- Monteros, E. (2005). *Manual de Gestión Microempresarial*. Ibarra: Universitaria.
- Mora Zambrano, A. (2009). *Matemáticas Financieras*. Madrid: McGraw Hill
- Ortega Castro, A. (2010). *Proyectos de Inversión*. México, D. F: Cecsa.
- Pabón Barajas, H. (2010). *Fundamentos de Costos*. Alfaomega.
- Parkin, M. (2010). *Fundamentos de Teoría económica*. Madrid: Pearson Educación.
- Parkin, M. (2010). *Fundamentos de Teoría económica II*. Madrid: Pearson Educación.
- Rubin, D. s., & Levin, R. I. (2010). *Estadística para administración y economía*. Madrid: Pearson, Prentice Hall.
- Sarmiento R, R. (2010). *Laboratorio de Costos*. Andinos.
- Sarmiento R, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Andinos 2010.



- Sevilla Martínez, J., Fiol, M., & Díaz, A. (2005). *Matemáticas Aplicadas a negocios y economía*. Pearson Educación.
- Stephens, L. J., & Murray, S. (2010). *Estadística*. Madrid: McGraw Hill
- Toro López, F. J. (2010). *Costos ABC y Presupuestos: Herramientas para la productividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Trujillo, O. A., & Limaico, L. P. (s.f.). *Contabilidad Agropecuaria y Software Técnico de Control Financiero*. Ibarra.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2010). *Contabilidad Administrativa*. Cengage Learning.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la Economía*. Cengage Learning

#### **LINKOGRAFÍA:**

- *Alejandro's Bló* (15 de Agosto de 2007). Recuperado el 14 de Mayo de 2012, de <http://alejandrocorreag.wordpress.com/2007/08/15/administracion-de-empresas/>
- Angabi. (2 de Noviembre de 2004). *monografias.com*. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos17/procesos-administrativos/procesos-administrativos.shtml>
- *Galeón.com*. (s.f.). Recuperado el 2012 de Mayo de 28, de <http://apuntesyama.galeon.com/comercializacion.html>
- *Redactores.es*. (14 de Agosto de 2008). Recuperado el 7 de Mayo de 2012, de <http://icomerciales.es/general/importancia-de-la-microempresa>
- *Redactores.es*. (22 de Febrero de 2009). Recuperado el 9 de Mayo de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio>.

- *(s.f.). Recuperado el 14 de septiembre de 2012, de [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec)*
- *(s.f.). Recuperado el 12 de septiembre de 2012, de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)*
- *(s.f.). Recuperado el 5 de octubre de 2012, de [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)*
- *(s.f.). Recuperado el 20 de junio de 2012, de [www.indupaksa.com](http://www.indupaksa.com).*

# ANEXOS

## ANEXO A

AGRICULTOR	TIPO DE FRUTA	EXTENSIÓN TERRENO	PRODUCCIÓN	TIEMPO DE COSECHA	CLIENTES POTENCIALES	PRECIO DE VENTA
Doris Campuezán	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
Carmen Imbacuán	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Quincenal	Intermediario-Consumidor final	\$ 7,00
Luis Chamorro	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 7,00
María Angélica Guerrero	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
Pedro Chical	Jugo	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario	\$ 7,00
Rocío Flores	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 7,00
Antonio Guerrero	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
Pablo Rueda	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 7,00
Nelson Perugachi	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
José Antonio Perugachi	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario-Consumidor final Otros	\$ 7,00
Olimpia Godoy	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 6,00
José Bernal	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario	\$ 7,00
Amparo Gonzáles	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario-Otros	\$ 7,00
Anselmo Paspuezán	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
Jorge Suárez	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 7,00
Juana Tambaco	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 7,00
Oscar Pomásqui	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
María Alarcón	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 6,00
Carmen Cochaquí	Híbrida	1 ha	Menos 400	Mensual	Intermediario	\$ 6,00
Rafael Loyo	Híbrida	1 ha	Entre 400 y 600	Mensual	Intermediario-Consumidor final	\$ 7,00

# ANEXO B

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE NARANJILLA

1. **¿Cuál es la variedad de naranjilla que cultiva?**

De Jugo ( ) Híbrida ( )

2. **¿Cuántas cajas de naranjilla cosecha al mes en una hectárea?**

Menos de 400 cajas ( )

De 400 a 600 cajas ( )

Más de 600 cajas ( )

3. **¿Cada qué tiempo cosecha la naranjilla?**

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

4. **¿Quién adquiere su producto?**

Intermediario ( )

Consumidor Final ( )

Otros ( )

5. **¿A qué mercado se dirige su producto?**

Provincial ( )

Interprovincial ( )

Internacional ( )

**6. ¿Cómo determina el precio de venta de la fruta?**

Costos ( )

Referencia del mercado ( )

**7. ¿El precio de venta de su producto es?**

\$5,50 cada caja ( )

\$6,00 cada caja ( )

\$7,00 cada caja ( )

**8. ¿La ganancia que usted obtiene es?**

Muy buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

Mala ( )

**9. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para el cultivo de la naranjilla?**

Propio ( )

Institución financiera ( )

Otros ( )

# ANEXO C

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES POTENCIALES DE**  
**NARANJILLA: RESTAURANTES, HOTELES, HELADERÍAS,**  
**SUPERMERCADOS**

**1. ¿En qué lugar adquiere la naranjilla?**

- Supermercados ( )
- Mercados Populares ( )
- Productores ( )
- Vendedores Ambulantes ( )
- Otros ( )

**2. ¿Con que frecuencia adquiere usted este producto?**

- Cada Semana ( )
- Dos veces por semana ( )
- Tres veces por semana ( )

**3. ¿Cuál es la cantidad promedio que usted consume?**

- 1 caja por semana ( )
- 3 cajas por semana ( )
- 5 cajas por semana ( )

**4. ¿Cómo considera el precio que tiene la naranjilla?**

- Alto ( )
- Medio ( )
- Bajo ( )

**5. ¿La calidad de la fruta que adquiere es?**

- Muy Buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Pésima ( )

**6. ¿Al momento de adquirir el producto, cuál es el factor más importante?**

- Calidad ( )
- Presentación ( )
- Precio ( )

**7. ¿Cuál es su proveedor?**

- Productor ( )
- Intermediario ( )
- Ambos ( )

**8. ¿Usted cuenta con un proveedor permanente de naranjilla?**

- Siempre ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**9. ¿Le gustaría que se oferte la pulpa de naranjilla?**

- Mucho ( )
- Poco ( )
- Nada ( )



## ANEXO D

### Restaurantes:

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN	CANTÓN
1	RESTAURANTE SAGASTY	10 DE AGOSTO 2-12	IBARRA
2	RESTAURANTE ISABELITA	13 DE ABRIL Y QUITO	IBARRA
3	ALMUERZOS DE LA SEÑO	17 DE JULIO FRENTE A LA U.T.N.	IBARRA
4	RESTAURANTE UNIVERSITARIO	17 DE JULIO INTERIOR DE LA UTN	IBARRA
5	MI KOCINA CAFÉ RESTAURANTE	27 DE NOVIEMBRE 2-85	IBARRA
6	COMO EN CASA	27 DE NOVIEMBRE 5-16	IBARRA
7	RESTAURANTE FANY	27 DE NOVIEMBRE 7-46	IBARRA
8	RESTAURANTE	27 DE NOVIEMBRE S/N Y LAS RIELES	IBARRA
9	ASADERO LA MINI PARADA	27 DE NOVIEMBRE Y EZEQUIEL RIVADENEIRA	IBARRA
10	RESTAURANTE MY BRYAN	27 DE NOVIEMBRE 6-94	IBARRA
11	RESTAURANTE MAÑANERO	ABELARDO MONCAYO 1-25	IBARRA
12	RESTAURANTE DAYANA	ABELARDO MONCAYO 1-71	IBARRA
13	COMEDOR EL PASAJERO	ALFREDO GOMEZ JAIME Y VICTOR MANUEL GUZMAN	IBARRA
14	RESTAURANTE CARLITA	ANTONIO CORDERO Y ZONON VILLACIS	IBARRA
15	COMIDAS RAPIDAS ANTOJITOS	AURELIO ESPINOZA POLIT 5-60	IBARRA
16	CASA MATEUS	AUTODROMO DE YAHUARCOCHA KM 9	IBARRA
17	MI RINCON FAMILIAR	AUTOPISTA YAHUARCOCHA	IBARRA
18	FAST PIZZA	AV JAIME RIVADENEIRA 2-55 Y ELIAS ALMEIDA	IBARRA
19	SITIO COOL	AV MARIANO ACOSTA 10-172	IBARRA
20	RESTAURANTE	AV. 17 DE JULIO	IBARRA
21	COMEDOR ALBORADA	AV. 17 DE JULIO 10-23	IBARRA
22	RINCON DEL ABUELO	AV. 17 DE JULIO 4-254	IBARRA
23	EL REFUGIO	AV. 17 DE JULIO 5-60	IBARRA
24	COMIDITAS CASERAS DOÑA LUPITA	AV. 17 DE JULIO 6-84	IBARRA
25	ASADERO RESTAURANTE LA VECI	AV. 17 DE JULIO 9-129	IBARRA
26	EL CANTOR	AV. ATAHUALPA 35-79	IBARRA
27	RESTAURANTE	AV. ATAHUALPA ULTIMA PARADA DE BUSES CARANQUI	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
28	LA OFICINA RESTAURANT	AV. CRISTOBAL DE TROYA 10-169	IBARRA
29	DOÑA MARY	AV. CRISTOBAL DE TROYA 10-78 Y PIEDAD GOMEZ	IBARRA
30	CHIFA ESTRELLA	AV. CRISTOBAL DE TROYA 10-96	IBARRA
31	MARISQUERIA SUBMARINO	AV. CRISTOBAL DE TROYA 1-169	IBARRA
32	ASADERO EL REGALON	AV. CRISTOBAL DE TROYA 52-19	IBARRA
33	LA LOJANITA	AV. CRISTOBAL DE TROYA 5-227	IBARRA
34	CHIFA PEKIN	AV. CRISTOBAL DE TROYA 52-27	IBARRA
35	RESTAURANTE	AV. CRISTOBAL DE TROYA 6-61	IBARRA
36	LA SUPER PARRILLADA	AV. CRISTOBAL DE TROYA 6-70	IBARRA
37	RINCON QUITENO	AV. CRISTOBAL DE TROYA 9-196 Y GOMEZJURADO	IBARRA
38	EL GARAGE	AV. CRISTOBAL DE TROYA 9-199	IBARRA
39	LA PARRILLA DEL TIO JESSY	AV. CRISTOBAL DE TROYA S/N REDONDEL AJAVI	IBARRA
40	EL MEJOR LEVANTAMUERTOS	AV. EL RETORNO 14-19 JUAN FRANCISCO BONILLA	IBARRA
41	CHIFA CANTONESA	AV. EL RETORNO 15-24	IBARRA
42	ASADERO LOS CEIBOS	AV. EL RETORNO 16-39	IBARRA
43	LAS DELICIAS DE SOFFY	AV. EL RETORNO 16-40 Y RIO AMAZONAS	IBARRA
44	DON PANCHO	AV. EL RETORNO 16-68	IBARRA
45	EL MANGLAR	AV. EL RETORNO 16-70	IBARRA
46	DULCE MIRADA	AV. EL RETORNO 16-70 Y CURARAY	IBARRA
47	LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS	AV. EL RETORNO 16-98	IBARRA
48	RANCHO EL RETORNO	AV. EL RETORNO 17-91	IBARRA
49	RESTAURANTE	AV. EL RETORNO 18-23 Y RIO PASTAZA	IBARRA
50	RESTAURANT	AV. EL RETORNO 18-33	IBARRA
51	LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS	AV. EL RETORNO 18-33	IBARRA
52	RESTAURANTE TIPICO	AV. EL RETORNO 18-33	IBARRA
53	KOMO EN KASA	AV. EL RETORNO 18-84	IBARRA
54	PIZZERIA BARILOCHE	AV. EL RETORNO 19-25	IBARRA
55	LA SAZON D VIVI	AV. EL RETORNO 30-05 Y PRINCESA PACCHA	IBARRA
56	LA FONTANA DE ORO	AV. EL RETORNO LOTE 2	IBARRA
57	LOS CHORIS DEL 10	AV. EL RETORNO Y RIO PASTAZA	IBARRA
58	CHIFA ANDINA	AV. ELEODORO AYALA Y JOSE TOBAR	IBARRA
59	CEVICHERIA A SU GUSTO # 3	AV. ELOY ALFARO 4-20	IBARRA
60	LAS MENESTRAS DEL CHARRO	AV. EUDENIO ESPEJO FRENTE AL OBELISCO	IBARRA
61	CHIFA HONG KONG	AV. EUGENIO ESPEJO 4-44 Y TEODORO GOMEZ	IBARRA
62	KING POLLO	AV. EUGENIO ESPEJO CENTRO COMERCIAL FERRONORTE	IBARRA
63	DORADOS CHICKEN	AV. EUGENIO ESPEJO LOCAL 17 Y 18	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
64	EL SABOR DE LA CASA COSTEÑA	AV. JAIME ROLDOS 1-30	IBARRA
65		AV. ATAHUALPA Y ESPINOZA DE LOS MONTEROS	IBARRA
66	RESTAURANTE TABLITAS	AV. AUGENIO ESPEJO LOCAL 12	IBARRA
67	EL VERDECITO RESTAURANT	AV. JAIME ROLDOS 9-56	IBARRA
68	DOÑA CARMITA	AV. JAIME ROLDOS FRENTE A LA POLICIA	IBARRA
69	RESTAURANTE LA BAHIA	AV. JAIME ROLDOS MERCADO MAYORISTA	IBARRA
70	SKYNAZO	AV. JAIME ROLDÓS Y RAMÓN ALARCÓN	IBARRA
71	RESTAURANTE FILADELFIA	AV. JOSE TOBAR Y TOBAR 7-10	IBARRA
72	VECINO'S	AV. MARIANO ACOSTA	IBARRA
73	POLLOS CHIP'S	AV. MARIANO ACOSTA 10-20 Y CHICA NARVAEZ	IBARRA
74	DELICIAS GERMANIA	AV. MARIANO ACOSTA 10-47 Y CABEZAS BORJA	IBARRA
75	LOS SECOS DE DON CHALA	AV. MARIANO ACOSTA 10-47 Y LUIS CABEZAS BORJA	IBARRA
76	EL BUEN SABOR	AV. MARIANO ACOSTA 1-10	IBARRA
77	COSTA MANABITA	AV. MARIANO ACOSTA 1-10 Y EL ROSAL	IBARRA
78	ANDRES RESTAURANT	AV. MARIANO ACOSTA 11-58	IBARRA
79	RESTAURANTE EL OLIVO	AV. MARIANO ACOSTA 11-58	IBARRA
80	RESTAURANTE - CAFETERIA "ANITA BELEN"	AV. MARIANO ACOSTA 12-18	IBARRA
81	RESTAURANTE EL ENCUENTRO	AV. MARIANO ACOSTA 12-19	IBARRA
82	MAXIM'S NRO. 3	AV. MARIANO ACOSTA 12-25	IBARRA
83	RESTAURANTE JODAMY'S	AV. MARIANO ACOSTA 13-12	IBARRA
84	CEVICHERIA DON CANGREJO	AV. MARIANO ACOSTA 15-106	IBARRA
85	POLLO GALAXI	AV. MARIANO ACOSTA 15-115	IBARRA
86	LA CUCHARA DE ROSITA	AV. MARIANO ACOSTA 17-39	IBARRA
87	EL CORNER	AV. MARIANO ACOSTA 21-33	IBARRA
88	POLLO STAV	AV. MARIANO ACOSTA 21-47 CENTRO COMERCIAL LA PLAZA	IBARRA
89	CH FARINA	AV. MARIANO ACOSTA 21-47 Y VICTOR GOMEZ JURADO	IBARRA
90	LA FLORESTA	AV. MARIANO ACOSTA 23-07	IBARRA
91	CHIFA FELICIDAD	AV. MARIANO ACOSTA 23-56	IBARRA
92	SABOR MANABITA	AV. MARIANO ACOSTA 24-029	IBARRA
93	CHIFA TAIWAN	AV. MARIANO ACOSTA 24-40	IBARRA
94	NIKOS 2	AV. MARIANO ACOSTA 24-45	IBARRA
95	RESTAURANTE EL CESAR	AV. MARIANO ACOSTA 25-07	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
96	CHIFA TAIPEI	AV. MARIANO ACOSTA 26-200	IBARRA
97	COMEDOR OLGUITA	AV. MARIANO ACOSTA 26-41	IBARRA
98	POLLO A LA PARILLA JORDY	AV. MARIANO ACOSTA 26-79	IBARRA
99	RESTAURANTE EL PUERTO	AV. TEODORO GOMEZ 7-13	IBARRA
100	LA HUECA	AV. TEODORO GOMEZ 9-19	IBARRA
101	PIZZERIA BAMBINO	AV. TEODORO GOMEZ Y AV. EL RETORNO	IBARRA
102	MATT CHIKEN ASADERO	AV. TEODORO GOMEZ Y BOLIVAR ESQUINA	IBARRA
103	CHIFA PACIFICO	AV. TEODORO GOMEZ Y EUGENIO ESPEJO	IBARRA
104	MI BUEN SABOR	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN	IBARRA
105	RESTAURANTE KARLITA	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 10-07	IBARRA
106	RESTAURANTE LAURITA	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 10-15	IBARRA
107	RESTAURANTE	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 11-49	IBARRA
108	HOT BURGER	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 5-04	IBARRA
109	PAPITAS AL PASO	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 9-15 Y AV. JOSE M. VACA	IBARRA
110	COMEDOR EL MIRADOR	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 9-73	IBARRA
111	SPAGOT RESTAURANTE	AV. VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA 1-186	IBARRA
112	CRIS-PA-WAN	AV. 17 DE JULIO Y JOSE MARIA CORDOVA	IBARRA
113	CHIFA VICTORIA	AVDA JAIME ROLDOS Y ULPIANO PEREZ QUIÑONEZ	IBARRA
114	CHIFA ORIENTE	AVDA., ATAHUALPA 15-09	IBARRA
115	RESTAURANTE LUPITA	AVDA. 17 DE JULIO 3-240	IBARRA
116	PITZABELA	AVDA. 17 DE JULIO 5-70 FRENTE A U.T.N.	IBARRA
117	RESTAURANTE UNIVERSITARIO	AVDA. 17 DE JULIO 6-54	IBARRA
118	FAMILIAR "BURGUER"	AVDA. ATAHUALPA 28-32 Y PRINCESA PACCHA	IBARRA
119	POLLO STAV	AVDA. ATAHUALPA 16-150	IBARRA
120	CHIFA ASÍA	AVDA. ATAHUALPA 16-63	IBARRA
121	LA TASCA RESTAURANT	AVDA. ATAHUALPA 17- 46 Y RICARDO SANCHEZ	IBARRA
122	LOS GIRASOLES	AVDA. ATAHUALPA 18-48 Y JOSE MARTI	IBARRA
123	COSTA AZUL CEVICHERIA	AVDA. ATAHUALPA 19-48	IBARRA
124	RESTAURANTE ATAHUALPA	AVDA. ATAHUALPA 29-11 Y PRINCESA CORY CORY	IBARRA
125	SECOS DE CHIVO DON GUILLO 2	AVDA. ATAHUALPA Y JOSE MIGUEL LEORO	IBARRA
126	GRAN CHIFA CHINA	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 10-101 Y PIEDAD GOMEZ	IBARRA
127	EL GOLOSITO	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 1-40 Y JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
128	PARADERO DON PANCHITO	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 2-151	IBARRA
129	MAXIM'S 2	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 5-055	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
130	CEVICHERIA LA CARRETITA	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 9-160	IBARRA
131	CHIFA FORTUNA	AVDA. EL RETORNO 11-068	IBARRA
132	CHIFA IBARRA	AVDA. EL RETORNO 16-84 Y RIO PASTAZA	IBARRA
133	LA TABLITA DE LOS CEIBOS	AVDA. EL RETORNO 17-34 Y RIO AMAZONAS	IBARRA
134	EL SABROSON	AVDA. EL RETORNO 18-41	IBARRA
135	RESTURANTE " PROSPERO "	AVDA. EUGEN IO ESPEJO Y PASQUEL MONJE LOCAL 44-45	IBARRA
136	EL FURGON	AVDA. EUGENIO ESPEJO - OBELISCO	IBARRA
137	RESTAURANT	AVDA. FRAY VACAS GALINDO 6-155 Y CRISTOBAL DE TROYA	IBARRA
138	KFC	AVDA. FRAY VACAS GALINDO Y MARIANO ACOSTA	IBARRA
139	CHIFA EXELENCIA 2	AVDA. JAIME RIVADENEIRA Y MARIANO ACOSTA	IBARRA
140	RESTAURANTE	AVDA. JAIME RIVADENEIRA 2-55 Y CARLOS ELIAS ALMEIDA	IBARRA
141	RESTAURANTE MAYTE	AVDA. JAIME ROLDOS Y RAMON ALARCON	IBARRA
142	RESTAURANTE LA FRAGUA	AVDA. MARIANO ACOSTA 11-56	IBARRA
143	ASADERO EXTRA POLLO	AVDA. MARIANO ACOSTA 14-30	IBARRA
144	RESTAURANTE LA AMBATEÑITA	AVDA. MARIANO ACOSTA 25-46	IBARRA
145	PARRILLADAS EL TEJANITO	AVDA. MARIANO ACOSTA 4-52	IBARRA
146	MI RANCHITO	AVDA. MARIANO ACOSTA BARRIO LA FLORIDA	IBARRA
147	LA PARRILLADA DEL TIO JESSY	AVDA. MARIANO ACOSTA S/N.	IBARRA
148	WHITE CITY	AVDA. TEODORO GOMEZ 6-38	IBARRA
149	LAS DELICIAS DE BORIS	AVDA. TEODORO GOMEZ 6-43	IBARRA
150	CHIFA MACAO	AVDA. VICTOR MANUEL GUZMAN 1-25	IBARRA
151	EL RINCONCITO DE MANUELITA	AVDA. VICTOR MANUEL GUZMAN 2-60 REDONDEL DE AJAVI	IBARRA
152	LA CASA DE VICKY	AVDA. VICTOR MANUEL GUZMAN 2-84	IBARRA
153	RESTAURANTE	AVENIDA ATAHUALPA 14-131	IBARRA
154	RESTAURANTE VELOUTE	AVENIDA ATAHUALPA 14-150 Y JOSE LUIS LEORO	IBARRA
155	MI CASITA	BARRIO EL MILAGRO VIA A URCUQUI	IBARRA
156	RESTAURANTE	BARRIO SAN PEDRO	IBARRA
157	RESTAURANTE	BARRIO SAN PEDRO	IBARRA
158	RESTAURANTE	BARRIO SANTA MARIANITA	IBARRA
159	EL SABOR CASERO	BARTOLOME GARCIA 1-34	IBARRA
160	LA SASON DE ALYS	BARTOLOME GARCIA 4-29 Y TEODORO GOMEZ	IBARRA
161	ASADERO DE CUYES LA JOSEFINA	BELLAVISTA	IBARRA
162	LA CASA DEL CUY	BELLAVISTA ALTO	IBARRA
163	A SU GUSTO	BOLIVAR 10-82 C.C. LOY RIVER	IBARRA
164	DELICIAS CHINAS	BOLIVAR 10-88 CC LOY RIVER	IBARRA
165	BROASTY CHIKEN	BOLIVAR 11-21 Y AVENIDA PEREZ GUERRERO	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
166	TORO ASADO	BOLIVAR 11-26 PEREZ GUERRERO	IBARRA
167	RESTAURANTE DON FABIAN	BOLIVAR 11-50 Y OBISPO MOSQUERA	IBARRA
168	GUSTA PIZZA	BOLIVAR 12-126 Y RAFAEL LARREA	IBARRA
169	LA HERENCIA PARRILLADAS	BOLIVAR 12-138	IBARRA
170	SAZON COLOMBIANA	BOLIVAR 12-148 Y LARREA	IBARRA
171	EL AUTENTICO CEVICHOCHO	BOLIVAR 12-69	IBARRA
172	RESTAURANTE " ALAS DORADAS 2 "	BOLIVAR 13-117 Y TEODORO GOMEZ	IBARRA
173	PIZZERIA PEPERONI	BOLIVAR 13-21	IBARRA
174	COMEDOR	BOLIVAR 13-51	IBARRA
175	LAS TAPAS DEL CANARIO	BOLIVAR 13-68	IBARRA
176	CHARLOTTE PIZZERIA	BOLIVAR 4-07 Y GRIJALVA	IBARRA
177	LA CASSONA IBARREÑA	BOLIVAR 6-47	IBARRA
178	POLLO CALLEJERO	BOLIVAR E ISIDRO AYORA	IBARRA
179	PIZZERIA LA NUOVA	BOLIVAR Y RAFAEL LARREA	IBARRA
180	EL TENEDOR LIBRE	BORRERO 6-59	IBARRA
181	RESTAURANTE PATRICIA	BORRERO 7-40	IBARRA
182	CHIFA BUENA SUERTE	BORRERO Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
183	TROPI BURGUER	C.C. LA PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
184	LA TABLITA DEL TARTARO	C.C. LA PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
185	EL BOCADITO	CABEZAS BORJA 1-91 Y OVIEDO	IBARRA
186	EL RINCON MANABITA	CABEZAS BORJA 3-08	IBARRA
187	RESTAURANT	CABEZAS BORJA 3-24	IBARRA
188	DOÑA CONCHITA	CABEZAS BORJA 3-35	IBARRA
189	SABOR Y DELICIA	CALIXTO MIRANDA 1-19	IBARRA
190	RESTAURANTE JUAN CARLOS	CALIXTO MIRANDA 2-93	IBARRA
191	RESTAURANTE	CALLE ALEJANDRO LOPEZ 4-38	IBARRA
192	RESTAURANTE	CALLE GUZMAN Y GONZALEZ SUAREZ	IBARRA
193	RESTAURANTE	CALLE PRINCIPAL	IBARRA
194	COMEDOR LISETH	CALLE PRINCIPAL (PARADA DE BUSES LITA)	IBARRA
195	RESTAURANTE-BAR	CALLE SUCRE 1093 Y AV. PEREZ GUERRERO	IBARRA
196	COMEDOR DE PATY	CAMILO POMPEYO 3-52 Y SUCRE	IBARRA
197	LAS DELICIAS DE LA JAIME	CARLOS ELIAS ALMEIDA 3-17	IBARRA
198	SASON DE CASA	CARLOS EMILIO GRIJALVA 22-30	IBARRA
199	RESTAURANTE LA BONITA	CARLOS PROAÑO Y AV. ATAHUALPA	IBARRA
200	PARADERO LA CHOTEÑITA	CASERIO EL CHOTA	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
201	RESTAURANTE DOÑA JUANITA	CHICA NARVAEZ 2-68 Y BORRERO	IBARRA
202	LA ESTUFA DE YOLY	CHICA NARVAEZ 3-25	IBARRA
203	LOS SECOS DE DON CHALA	CHICA NARVAEZ 4-30 Y GRIJALVA	IBARRA
204	RESTAURANTE METROPOLIS	CHICA NARVAEZ 4-57 Y GARCIA MORENO	IBARRA
205	RESTAURANTE CALIFORNIA	CHICA NARVAEZ 5-91	IBARRA
206	PIZZARELLA	CHICA NARVAEZ 6-16 Y FLORES	IBARRA
207	DIEGO'S COMEDOR	CHICA NARVAEZ 6-66 Y OVIEDO	IBARRA
208	LA CASA GRANDE	CHICA NARVAEZ 6-97	IBARRA
209	DON SANTO	CHICA NARVAEZ 7-76	IBARRA
210	RESTAURANTE DON GAVICHO	CHICA NARVAEZ 8-101 Y AV. MARIANO ACOSTA	IBARRA
211	OH QUE RICO	CHICA NARVAEZ 8-24	IBARRA
212	OBELISCO CAFETERIA RESTAURANTE	CHICA NARVAEZ 8-35 Y AV. MARIANO ACOSTA	IBARRA
213	RESTAURANTE EL CHANCE 2	CHICA NARVAEZ Y FLORES	IBARRA
214	RESTAURANTE MARGARITA	CHORLAVI 1-88 Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
215	RESTAURANTE RINCONCITO COLOMBIANO	COLON 5-05 Y ROCAFUERTE	IBARRA
216	D'MARIOS	COLON 7-31	IBARRA
217	RESTAURANT CAFETERIA EL ARADO	COLON 7-46 Y BOLIVAR	IBARRA
218	EL OVITO	COMUNIDAD ANGLA	IBARRA
219	SABORES LA CAROLINA	COMUNIDAD EL LIMONAL	IBARRA
220	ASADERO DON RAFA	CRISTOBAL DE TROYA 10-24	IBARRA
221	LA CASA DE FERNANDO	CRISTOBAL DE TROYA 10-85 Y PIEDAD GOMEZ JURADO	IBARRA
222	FOGON DEL PAISA	CRISTOBAL DE TROYA 6-127	IBARRA
223	DELICIAS DE MAGUI	CRISTOBAL DE TROYA Y JESUS YEROVI	IBARRA
224	SECOS DOÑA ADRI	DARIO EGAS GRIJALVA Y FRANCISCO MONCAYO	IBARRA
225	LA CREACION	EDUARDO GARZON FONSECA 9-19	IBARRA
226	DELICIAS DEL CAMPO	EL ARCANGEL	IBARRA
227	RESTAURANTE	EL CHOTA	IBARRA
228	RESTAURANTE EL ROCIO	EL LIMONAL PANAMERICANA	IBARRA
229	ALPARGATE DE LOS TEJARES 2	EL TEJAR	IBARRA
230	RESTAURANTE ESTEFITA	ELIAS ALMEIDA 3-37	IBARRA
231	COMEDOR DAVID	ELIAS ALMEIDA 7-10 Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
232	EL BRAZON DFC	ELIAS ALMEIDA 7-10 Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
233	SUPER POLLO	ELOY ALFARO S/N Y ANGEL AGUIRRE	IBARRA
234	LAS SUPERMENESTRAS	EMILIO GRIJALVA Y JUAN DE LA ROCA	IBARRA
235	RESTAURANTE DIANITA	EUGENIO ESPEJO 3-24	IBARRA
236	HOOTER'S 2	EUGENIO ESPEJO 4-012	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
237	EL BUEN COMER	EUGENIO ESPEJO 6-30	IBARRA
238	EL RINCONCITO	EUGENIO ESPEJO CCF LOCAL 28	IBARRA
239	RESTAURANTE COSTA MAR	EUGENIO ESPEJO LOCAL 43	IBARRA
240	MENESTRAS EL VOLANTE	EUGENIO ESPEJO Y TEODORO GOMEZ- TERMINAL	IBARRA
241	RESTAURANTE AXEL	FERNANDO DAQUILEMA 4-29 Y 2 DE AGOSTO	IBARRA
242	RESTAURANTE ESQUINERO	FERNANDO DAQUILEMA Y 19 DE ABRIL ESQUINA	IBARRA
243	RESTAURANTE CALIFORNIA 2	FLORES 10-47Y CHICA NARVAEZ	IBARRA
244	CHIFA DI JAO	FLORES 11-19 Y AV. JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
245	COMEDOR CASA NUESTRA	FLORES 15-95	IBARRA
246	SECOS DE CHIVO DOÑA ESPERANCITA	FLORES 4-44	IBARRA
247	LAS REDES	FLORES 4-54 Y OCAFUERTE	IBARRA
248	CLASSIC RESTAURANTE	FLORES 4-83 Y JUAN MONTALVO	IBARRA
249	RESTAURANTE LAS REDES	FLORES 5-34 Y ROCAFUERTE	IBARRA
250	ARRIEROS	FLORES 7-53	IBARRA
251	DELICIAS DEL MAR	FLORES 7-71	IBARRA
252	GABYS RESTAURANTE	FLORES 8-67	IBARRA
253	RESTAURANTE ELENA	FLORES 9-49 Y CHICA NARVAEZ	IBARRA
254	CASA MAR	FRANCISCO TERAN 1-50	IBARRA
255	RESTAURANTE	FRANCISCO TERAN 2-77 SECTOR SUR	IBARRA
256	DELFIN AZUL	FRAY VACAS GALINDO 12-52 Y BRASIL	IBARRA
257	COMEDOR DOÑA BELLA	FRAY VACAS GALINDO 3-74	IBARRA
258	COMEDOR ERIKA	FRAY VACAS GALINDO 9-78 Y CRISTOBAL DE TROYA	IBARRA
259	COMEDOR MARY	FRAY VACAS GALINDO S/N	IBARRA
260	BRUNCH	GABRIELA MISTRAL 5-45	IBARRA
261	FOOD GARDEN RESTAURANTE	GABRIELA MISTRAL Y AVDA. MARIANO ACOSTA	IBARRA
262	PIKA POLLO	GABRIELA MISTRAL Y JOSE TOBAR TOBAR	IBARRA
263	MISTER DIDI	GALO PLAZA LASSO, ENTRADA AL CUARTEL YAGUACHI	IBARRA
264	RESTAURANT EL RANCHO	GARCIA MORENO 1-21	IBARRA
265	RESTAURANTE NUEVO AMANECER	GARCIA MORENO 3-80 Y ROCAFUERTE	IBARRA
266	GRILL KITCHEN	GARCIA MORENO 4-13	IBARRA
267	LA CUCHARA DE MAMA GOLA	GARCIA MORENO 4-23	IBARRA
268	RESTAURANTE DELI KFE	GARCIA MORENO 4-79 Y SUCRE	IBARRA
269	LA CASA DE LA PECHUGA	GARCIA MORENO 7-44	IBARRA
270	ISABELLA CUSINA	GARCIA MORENO 9-28	IBARRA
271	RESTAURANT FERNANDITA	GONZALO GOMEZ JURADO Y AV. CRISTOBAL DE TROYA	IBARRA
272	KATTY	GONZALO GOMEZ JURADO Y SEGUNDO ENRIQUEZ	IBARRA



<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
273	EL PORTAL COCINA GOURMETH EVENTOS	GRIJALVA 3-62 Y ROCAFUERE	IBARRA
274	RESTAURANTE ALEJANDRA	GRIJALVA Y BOLIVAR	IBARRA
275	CASA DE BELEN	GUZMAN LARA 11-25 Y MANUEL ZAMBRANO	IBARRA
276	RICURAS COMEDOR	HUGO GUZMAN 3-01 Y ALFREDO ALBUJA	IBARRA
277	RESTAURANTE	HUGO GUZMAN LARA 10-15	IBARRA
278	RESTAURANTE MAURICIO	HUGO GUZMAN LARA 10-75	IBARRA
279	LA CREACION RESTAURANT	HUGO GUZMAN LARA Y ALFONSO MARTINEZ	IBARRA
280	RESTAURANTE	HUGO GUZMAN LARA Y LUIS ALFONSO MARTINEZ	IBARRA
281	SABOR LATINO	IMBABURA 1-133 TANGUARIN	IBARRA
282	EL SNACK DE DON ARLEY	INTERIOR TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
283	RESTAURANTE " MARCEL' S "	JACINTO EGAS 1-57 Y AVDA. TEODORO GOMEZ	IBARRA
284	CEVICHERIA A SU GUSTO	JAIME RIVADENEIRA 5-10 Y OVIEDO	IBARRA
285	RESTAURANTE DOÑA AMERICA	JAIME RIVADENEIRA- REDONDEL AJAVI	IBARRA
286	RESTAURANTE CAFÉ LA ROSA	JORGE GUZMAN RUEDA Y ESPINOZA POLIT	IBARRA
287	COMO EN CASA	JORGE GUZMAN RUEDA Y MARCO TULIO NIETO	IBARRA
288	LA CASA DE ALFONSO	JOSE DOMINGO ALBUJA 4-40	IBARRA
289	RESTAURANTE	JOSE MANUEL LARREA	IBARRA
290	COMEDOR ROSITA	JOSE MARIA CORDOVA 1-136 (EL OLIVO)	IBARRA
291	CASA ORIENTE	JOSE MIGUEL LEORO Y ATAHUALPA	IBARRA
292	LA COCINA DE ALFREDO	JOSE TOBAR 232 GABRIELA MISTRAL	IBARRA
293	GABY RESTAURANT	JOSE TOBAR 7-84 Y CRISTOBAL GOMEZ JURADO	IBARRA
294	LAS RIELES N 2	JOSE TOBAR Y TOBAR S/N	IBARRA
295	LAS DELICIAS DE LA MAGDALENA	JOSE TOBAR Y TOBAR Y CRISTOBAL GOMEZ JURADO	IBARRA
296	CABY RESTAURANTE DONDE MARY	JOSE TOBAR Y TOBAR Y GOMEZ JURADO	IBARRA
297	MARY	JUAN DE LA ROCA 1-16	IBARRA
298	ASADERO PILANQUI	JUAN DE LA ROCA 4-42	IBARRA
299	KRUSTY BURGUER	JUAN DE LA ROCA 5-35	IBARRA
300	SASON NATURAL	JUAN DE LA ROCA 5-56	IBARRA
301	MANCIRU RESTAURANTE	JUAN DE VELASCO 4-36	IBARRA
302	RESTAURANTE NANCITA	JUAN DELA ROCA 7-14	IBARRA
303	LA SASON MANABITA	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 2-28 Y ZENON VILLACIS	IBARRA
304	RESTAURANTE	JUAN HERNANDEZ 2-217 MERCADO MAYORISTA	IBARRA
305	COMEDOR DANNY	JUAN MONTALVO 10-91	IBARRA
306	RESTAURANTE LA HUECA URBANA	JUANA ATABALIPA 1-42	IBARRA
307	RESTAURANTE ALEXANDRA	JUANA ATABALIPA 2-19	IBARRA
308	COMEDOR AL PASO	JUANA ATABALIPA 3-21	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
309	MI MANABA	JULIO ANDRADE 1-59	IBARRA
310	RESTAURANTE	JUN MANUEL DE ORBE 5-43	IBARRA
311	EL FOGON DEL PAISA 2	LA PLAYA PANAMERICANA NORTE	IBARRA
312	K.F.C.	LA PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
313	LA TABLITA DEL TARTARO	LA PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
314	RESTAURANTE CINTHYA	LIBORIO MADERA 4-36	IBARRA
315	LA CARRETA MANABITA	LUCILA BENALCAZAR 1-57	IBARRA
316	COMEDOR YOLI	LUCILA BENALCAZAR 1-84	IBARRA
317	RESTAURANTE	LUIS CABEZAS BORJA 2-64	IBARRA
318	COMEDOR COMUNITARIO	LUIS FELIPE BORJA - CAPILLA DEL SAUCE	IBARRA
319	RESTAURANTE	LUIS FELIPE BORJA 15-07	IBARRA
320	EL BUEN SABOR COSTEÑO	LUIS FELIPE BORJA 8-28	IBARRA
321	RESTAURANTE	LUIS FERNANDO BORJA CANCHAS DE VOLLEY AJAVI	IBARRA
322	COMEDOR DIVINO NIÑO	LUIS MIDEROS Y TOBIAS MENA	IBARRA
323	RESTAURANTE PAULINA	LUIS VARGAS TORRES 1-25	IBARRA
324	LAS PALMAS	LUIS VARGAS TORRES 1-39	IBARRA
325	GAVICHOS	LUIS VARGAS TORRES 3-29	IBARRA
326	EL CAFETAL	LUIS VARGAS TORRES 3-42 Y RAFAEL CARVAJAL	IBARRA
327	RESTAURANTE EL BUEN SABOR	LUIS VARGAS TORRES 5-47	IBARRA
328	EL BUEN SABOR	LUIS VARGAS TORRES 5-47 Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
329	EL RINCONCITO RESTAURANTE	MACHALA Y COLIBRI	IBARRA
330	LA COCINA DE CHARITO	MALDONADO 10-33 Y VELASCO	IBARRA
331	ELRINCÓN DEL TÍPICO	MALDONADO 9-69 Y PEDRO MONCAYO	IBARRA
332	RESTAURANTE LA DELICIA	MANUELA CAÑIZARES Y AV. MARIANO ACOSTA	IBARRA
333	ASADERO DE CUYES CON SABOR CARCHENSE	MARIA ESTHER LEON Y MANUELA CAÑIZARES	IBARRA
334	RESTAURANTE ROMANOS	MARIA VICTORIA CASTELO 1-45	IBARRA
335	RESTAURANTE	MARQUEZ DE SAN JOSE 1-162 Y MANUEL ZAMBRANO	IBARRA
336	RESTAURANTE PAO	MEJIA 3-49 Y SUCRE	IBARRA
337	LOS SECOS DE LA MEJIA	MEJIA 5-61 Y BOLIVAR	IBARRA
338	AMPARITO	MEJIA 6-55	IBARRA
339	COMEDOR	MIGUEL ENDARA Y AURELIO GOMEZ	IBARRA
340	COMEDOR MI RANCHITO	OBISPO MOSQUERA 10-31	IBARRA
341	HOOTER'S 1	OBISPO MOSQUERA 12-07	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
342	COMO EN SU CASA PERO EN LA MIA	OBISPO MOSQUERA 6-172	IBARRA
343	BLANCA TRADICION	OBISPO MOSQUERA 7-13	IBARRA
344	RESTAURANT BLANCA TRADICION	OBISPO MOSQUERA 7-13	IBARRA
345	LOS GIRASOLES DE FERNANDO	OBISPO MOSQUERA 7-19 Y CALIXTO MIRANDA	IBARRA
346	EL CEIBO	OLMEDO 10-15 Y VELASCO	IBARRA
347	EL DELFIN AZUL	OLMEDO 11-119 Y PEREZ GUERRERO	IBARRA
348	CHIFA FAMILIA FELIZ	OLMEDO 11-74	IBARRA
349	RESTAURANTE LUIS	OLMEDO 2-76 Y MEJIA	IBARRA
350	STOP	OLMEDO 3-21 Y MEJIA	IBARRA
351	RESTAURANTE PIKA Y PASA	OLMEDO 3-87 Y BORRERO	IBARRA
352	SECOS DE CHIVO	OLMEDO 4-58	IBARRA
353	RESTAURANTE VEGETARIANO	OLMEDO 4-84 Y GRIJALVA	IBARRA
354	ASADERO CAMPESTRE	OLMEDO 5-24 Y GRIJALVA	IBARRA
355	EL BUEN PALADAR RESTAURANTE	OLMEDO 5-51 Y GARCIA MORENO	IBARRA
356	COMEDOR CHARITO	OLMEDO 6-50 PARQUE LA MERCED	IBARRA
357	COMEDOR CARMITA	OLMEDO 6-64 PUESTO 19	IBARRA
358	COMEDOR DE MAGOLITA	OLMEDO 6-68 LOCAL 22	IBARRA
359	NUEVA CHIFA	OLMEDO 7-20	IBARRA
360	COMEDOR LA CUCHARA	OLMEDO 7-23 Y FLORES	IBARRA
361	KROKY BROASTER CHICKEN	OLMEDO 7-24 Y FLORES	IBARRA
362	CHIFA MUY BUENO	OLMEDO 7-25 Y FLORES	IBARRA
363	RESTAURANTE EL CHAGRA	OLMEDO 7-48	IBARRA
364	LOS DELFINES	OLMEDO 7-62 Y FLORES	IBARRA
365	CHIFA GUANGZHOU	OLMEDO 7-64 Y FLORES	IBARRA
366	LA BOHEMIA	OLMEDO 8-15 Y FLORES	IBARRA
367	LA VIANDA	OLMEDO 8-26	IBARRA
368	SABOR DE LIZ	OLMEDO 8-26 Y OVIEDO	IBARRA
369	EL PAMPERO	OLMEDO 8-84 Y PEDRO MONCAYO	IBARRA
370	CHIFA KAM	OLMEDO 9-35 Y PEDRO MONCAYO	IBARRA
371	CHIFA " IMPERIO "	OLMEDO 9-79	IBARRA
372	COMEDOR DOÑA PATY	OLMEDO S/N Y GARCIA MORENO KIOSCO 1	IBARRA
373	DE TROYA EVENTOS RESTAURANTE	OVIEDO 3-76 Y MALDONADO	IBARRA
374	MONTAÑITA CEVICHERIA	OVIEDO 10 -67	IBARRA
375	VARADERO MARISQUERIA	OVIEDO 10-38 Y CHICA NARVAEZ	IBARRA
376	EL LEÑO	OVIEDO 11-37	IBARRA
377	PUERTO DEL CAMARON	OVIEDO 11-51	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
378	CEVICHERIA PUERTO DEL CAMARON	OVIEDO 11-57	IBARRA
379	RINCON ORENSE	OVIEDO 11-58 Y AV. JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
380	MR CANGREJO	OVIEDO 11-59 Y JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
381	CEVICHERIA ESMERALDEÑA	OVIEDO 11-64 Y AV. JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
382	SABOR A MAR	OVIEDO 2-17	IBARRA
383	D' GLORIA	OVIEDO 5-45 Y SUCRE	IBARRA
384	RESTAURANTE " ALAS DORADAS "	OVIEDO 7-35 Y BOLIVAR	IBARRA
385	MIK LUCCHINO	OVIEDO 9-77 Y CHICA NARVAES	IBARRA
386	EL MANCHEGO	OVIEDO 9-83 Y CHICA NARVAEZ	IBARRA
387	COMEDOR GABRIELITA	PANAMERICANA	IBARRA
388	COMEDOR DON LUIS	PANAMERICANA	IBARRA
389	RESTAURANTE EL LIMONAL	PANAMERICANA	IBARRA
390	COMEDOR DON LUCHITO LOPEZ	PANAMERICANA	IBARRA
391	RESTAURANTE	PANAMERICANA	IBARRA
392	COMEDOR DOÑA ALI	PANAMERICANA	IBARRA
393	COMEDOR DON LUIS	PANAMERICANA	IBARRA
394	AKI ME QUEDO	PANAMERICANA	IBARRA
395	RESTAURANTE DON FABRICIO	PANAMERICANA	IBARRA
396	RESTAURANTE DELICIOUS	PANAMERICANA KM. 4 1/2	IBARRA
397	RESTAURANTE LAS PEÑAS DEL JUNCAL	PANAMERICANA NORTE	IBARRA
398	RESTAURANTE VEN Y VERAS	PANAMERICANA NORTE	IBARRA
399	SABOR COLOMBIANO	PANAMERICANA NORTE	IBARRA
400	RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE (SECTOR LA PLAYA)	IBARRA
401	CHIFA OLIMPICO	PANAMERICANA NORTE KM 1 EL OLIVO	IBARRA
402	EL FOGON EXPRESS	PANAMERICANA NORTE KM 39	IBARRA
403	ANDALUZ RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE KM 6	IBARRA
404	RESTAURANTE RANCHO FATIMA	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
405	RESTAURANTE LOS OLIVOS	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
406	PARADERO EL PASTUSITO	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
407	EL PASTUZITO Nro. 2	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
408	RESTAURAN LELY	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
409	EL SABOR DE MI TIERRA	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
410	RESTAURANTE LA DOLOROSA	PANAMERICANA NORTE KM. 3	IBARRA
411	PICANTERIA MAYRITA	PANAMERICANA NORTE KM. 3	IBARRA
412	RESTAURANTE DOÑA CECI	PANAMERICANA NORTE KM. 3 1/2	IBARRA
413	MINIMARKET SNACK BAR	PANAMERICANA NORTE KM. 32	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
414	COMEDOR LA PLAYITA	PANAMERICANA NORTE KM. 36 JUNTO A LA HOSTERIA	IBARRA
415	TOKE TOKE RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE KM. 6	IBARRA
416	RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE KM.4	IBARRA
417	RESTAURANTE EL BOSQUE	PANAMERICANA NORTE KM.7	IBARRA
418	CENTRO GASTRONOMICO PALENQUE	PANAMERICANA NORTE VIA SAN LORENZO	IBARRA
419	MIRA SOL	PANAMERICANA SUR ENTRADA A LA HOSTERIA TIN	IBARRA
420	DONA PATY	PANAMERICANA VIA EL LIMONAL	IBARRA
421	SU CASA RESTAURANTE	PEDRO MONCAYO 11-36	IBARRA
422	SU CASITA RESTAURANTE	PEDRO MONCAYO 12-18	IBARRA
423	RESTAURANTE SARITHA	PEDRO MONCAYO 12-39	IBARRA
424	LA HERRADURA	PEDRO MONCAYO 1-58	IBARRA
425	ENTRETENEDORES	PEDRO MONCAYO 2-13 Y SALINAS	IBARRA
426	RESTAURANTE	PEDRO MONCAYO 2-52	IBARRA
427	LOS ALMENDROS	PEDRO MONCAYO 2-56 Y MALDONADO	IBARRA
428	PARRILLADAS QUE RICO PINCHO	PEDRO MONCAYO 3.32 Y MALDONADO	IBARRA
429	EL RINCON	PEDRO MONCAYO 4-10 Y ROCAFUERTE	IBARRA
430	RESTAURANTE EL RETORNO	PEDRO MONCAYO 4-32	IBARRA
431	RESTAURANTE EL RETORNO	PEDRO MONCAYO 4-32 Y ROCAFUERTE	IBARRA
432	EL TABLON DE WILLY	PEDRO MONCAYO 4-39 Y SUCRE	IBARRA
433	EL PATIO COFFEE & LOUNGE	PEDRO MONCAYO 4-53 Y SUCRE	IBARRA
434	EL TABLON DE WILLY	PEDRO MONCAYO 4-55	IBARRA
435	PINCHO LOCO	PEDRO MONCAYO 4-60 Y SUCRE	IBARRA
436	SUPER COMIDAS TIPICAS	PEDRO MONCAYO 4-71	IBARRA
437	EL MUNDO DEL SABOR	PEDRO MONCAYO 6-21	IBARRA
438	KEVIN RESTAURANTE	PEDRO MONCAYO 7-36	IBARRA
439	POLLOS GUS	PEDRO MONCAYO 7-41	IBARRA
440	EL CALLEJON	PEDRO MONCAYO 7-41	IBARRA
441	RESTAURANTE	PEDRO MONCAYO Y FLORES	IBARRA
442	ZARUMEÑITA	PEDRO MONCAYO Y JAIME RIVADENEIRA	IBARRA
443	RESTAURANTE	PEDRO RODRIGUEZ 4-87 Y RAFAEL ROSALES	IBARRA
444	RESTAURANTE LA TULPA	PIMAN 2-70 Y SAN PABLO	IBARRA
445	JHYAP RESTAURANTE	PIMAN Y CUICOCHA	IBARRA
446	RESTAURANTE MANABITA	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA
447	RESTAURANTE	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA
448	VENTA DE PESCADO	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA
449	EL PALACIO DE LA TILAPIA	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
450	LAS PALMAS FRIED FISH	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA
451	PICANTERIA DOÑA INESITA	PISTA DE YAHUARCOCHA KM. 5	IBARRA
452	PARADERO SAN FERNANDO	PISTA YAHUARCOCHA	IBARRA
453	RESTAURANT MELANY	PLAZA BOYACA 4-84 STO. DOMINGO	IBARRA
454	LOS CEVICHE DE LA RUMIÑAHUI	PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
455	MAGICO ORIENTAL	PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
456	EL CHAPARRAL	PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
457	LA MENESTRAS DEL NEGRO	PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
458	FRITADAS AMAZONAS	PLAZA SHOPPING CENTER	IBARRA
459	DONDE EL ARGENTINO	PLAZOLETA CALDERON	IBARRA
460	SABOR DE LA PARILLA	PRINCESA PACHA 34-43	IBARRA
461	SABOR COLOMBIANO	PURUHANTA Y PANAMERICANA NORTE	IBARRA
462	EL CISNE	PURUHANTA Y PANAMERICANA NORTE ESQUINA	IBARRA
463	SHAÑU SISA	RAFAEL LARREA (SAN PEDRO)	IBARRA
464	EL SABOR CASERO	RAFAEL LARREA 10-05	IBARRA
465	EL SABOR CASERO	RAFAEL LARREA ANDRADE 10-05	IBARRA
466	DELICIAS DE NANCY	RAFAEL TROYA 2-09	IBARRA
467	EL PONDO RINCON TIPICO	RAFAEL TROYA 9-31	IBARRA
468	RESTAURANTE JUSTIN	RAMON TERAN Y SUCRE	IBARRA
469	LA CASA GRANDE	REDONDEL CABEZAS BORJA	IBARRA
470	MAS CHIKEN	RICARDO SANCHEZ 2-11 Y BARTOLOME GARCIA	IBARRA
471	RESTAURANTE LUISITO	RICARDO SANCHEZ 4-02	IBARRA
472	EL SABOR LATINO	RICARDO SANCHEZ 5-40	IBARRA
473	RANCHO GRANDE RESTAURANT	RIO AGUARICO Y AV. EL RETORNO	IBARRA
474	RESTAURANTE	RIOBAMBA Y PUYO ESQUINA	IBARRA
475	LA SAZON DE LA ABUELA	ROCAFUERTE 10-92 Y LIBORIO MADERA	IBARRA
476	HORNADOS DOÑA MARINA	ROCAFUERTE 3-22 Y BORRERO	IBARRA
477	MESON COLONIAL CASA DE BANQUETES	ROCAFUERTE 5-53 Y FLORES	IBARRA
478	ROMANOS 2	ROCAFUERTE 5-76 Y FLORES	IBARRA
479	EL HORNO PIZZERIA	ROCAFUERTE 6-38	IBARRA
480	RESTAURANTE	ROCAFUERTE 8-64 Y VELASCO	IBARRA
481	RESTAURANTE LUZ CLARITA	SANCHEZ Y CIFUENTES Y MEJIA	IBARRA
482	RESTAURANTE ROSITA	SANCHEZ Y CIFUENTES Y OVIEDO	IBARRA
483	LA CASA DEL CANGREJO	SUCRE 10-74 Y PEREZ GUERRERO	IBARRA
484	EL SABOR DE SAN ANTONIO	SUCRE 03-102	IBARRA
485	LOS SECRETOS	SUCRE 11-59 Y OBISPO MOSQUERA	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
486	HALIBUT RESTAURANT	SUCRE 14- 072	IBARRA
487	MAMA CUCHARA RESTAURANTE	SUCRE 1-40 Y PANAMERICANA	IBARRA
488	POLLO PICOSO	SUCRE 3-64 (FRENTE A LA PLAZA)	IBARRA
489	PIZZERIA BARILOCHE DE LA SUCRE	SUCRE 5-24 Y FLORES	IBARRA
490	ROMANOS II	SUCRE 5-36	IBARRA
491	RINCON DEL COCO	SUCRE 6-52 Y OVIEDO	IBARRA
492	EL TORTILLAZO	SUCRE 6-60 Y OVIEDO	IBARRA
493	ORALE	SUCRE S/N Y GRIJALVA	IBARRA
494	ORALE	SUCRE Y GRIJALVA	IBARRA
495	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 1-33	IBARRA
496	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 2-08 Y JUANA ATABALIPA ESQUINA	IBARRA
497	COMO EN MI CASA	ZENON VILLACIS Y JUANA ATABALIPA	IBARRA
498	RESTAURANTE JOSTIN	RAMON TERAN Y SUCRE	IBARRA
499	LA CASA GRANDE	REDONDEL CABEZAS BORJA	IBARRA
500	MAS CHIKEN	RICARDO SANCHEZ 2-11 Y BARTOLOME GARCIA	IBARRA
501	RESTAURANTE LUISITO	RICARDO SANCHEZ 4-02	IBARRA
502	EL SABOR LATINO	RICARDO SANCHEZ 5-40	IBARRA
503	RANCHO GRANDE RESTAURANT	RIO AGUARICO Y AV. EL RETORNO	IBARRA
504	RESTAURANTE	RIOBAMBA Y PUYO ESQUINA	IBARRA
505	LA SAZON DE LA ABUELA	ROCAFUERTE 10-92 Y LIBORIO MADERA	IBARRA
506	HORNADOS DOÑA MARINA	ROCAFUERTE 3-22 Y BORRERO	IBARRA
507	MESON COLONIAL CASA DE BANQUETES	ROCAFUERTE 5-53 Y FLORES	IBARRA
508	ROMANOS 2	ROCAFUERTE 5-76 Y FLORES	IBARRA
509	EL HORNO PIZZERIA	ROCAFUERTE 6-38	IBARRA
510	RESTAURANTE	ROCAFUERTE 8-64 Y VELASCO	IBARRA
511	EL PADRINO	SALINAS 10-42 Y LIBORIO MADERA	IBARRA
512	COMEDOR DOÑA JOSEFA	SALINAS 3-70 Y GARCIA MORENO	IBARRA
513	EL OBRERO	SALVADOR DALI 1-39	IBARRA
514	RESTAURANTE PEKIN	SALVADOR DALI Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
515	GUADUAL	SANCHEZ Y CIFUENTES 23-58	IBARRA
516	RESTAURANT DASMI	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-48	IBARRA
517	MAC POLLO	SANCHEZ Y CIFUENTES 11-66	IBARRA
518	MAXIM'S	SANCHEZ Y CIFUENTES 11-74	IBARRA
519	HOOTER'S	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-130	IBARRA
520	EL PUNTO DEL SABOR	SANCHEZ Y CIFUENTES 15-73	IBARRA
521	DELICIA LIGHT	SANCHEZ Y CIFUENTES 16-64	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
522	TRIVENTO	SANCHEZ Y CIFUENTES 17-42	IBARRA
523	RESTAURANTE GUALKALA	SANCHEZ Y CIFUENTES 20-130 Y RICARDO SANCHEZ	IBARRA
524	PIZZERIA NAPOLES	SANCHEZ Y CIFUENTES 20-64	IBARRA
525	VIVIS RESTAURANTE	SANCHEZ Y CIFUENTES 2-14	IBARRA
526	COMIDA DE CASA	SANCHEZ Y CIFUENTES 8-55	IBARRA
527	LA FONDA DEL NEGRO	SANCHEZ Y CIFUENTES 8-82	IBARRA
528	EL REFUGIO DE BELEN CAFETERIA	SANCHEZ Y CIFUENTES 9-19	IBARRA
529	EL BUEN SABOR	SANCHEZ Y CIFUENTES Y LUIS TOROMORENO	IBARRA
530	RESTAURANTE LUZ CLARITA	SANCHEZ Y CIFUENTES Y MEJIA	IBARRA
531	RESTAURANTE ROSITA	SANCHEZ Y CIFUENTES Y OVIEDO	IBARRA
532	LA CASA DEL CANGREJO	SUCRE 10-74 Y PEREZ GUERRERO	IBARRA
533	EL SABOR DE SAN ANTONIO	SUCRE 03-102	IBARRA
534	LOS SECRETOS	SUCRE 11-59 Y OBISPO MOSQUERA	IBARRA
535	HALIBUT RESTAURANT	SUCRE 14- 072	IBARRA
536	MAMA CUCHARA RESTAURANTE	SUCRE 1-40 Y PANAMERICANA	IBARRA
537	POLLO PICOSO	SUCRE 3-64 (FRENTE A LA PLAZA)	IBARRA
538	PIZZERIA BARILOCHE DE LA SUCRE	SUCRE 5-24 Y FLORES	IBARRA
539	ROMANOS II	SUCRE 5-36	IBARRA
540	RINCON DEL COCO	SUCRE 6-52 Y OVIEDO	IBARRA
541	EL TORTILLAZO	SUCRE 6-60 Y OVIEDO	IBARRA
542	ORALE	SUCRE S/N Y GRIJALVA	IBARRA
543	ORALE	SUCRE Y GRIJALVA	IBARRA
544	REFINADOOO	SUCRE Y PEDRO MONCAYO (PLAZOLETA CALDERON)	IBARRA
545	L'PUB PIZZERIA	TEODORO GOMEZ 9-36 Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
546	RESTAURANTE NIKO'S	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
547	MENESTRAS EL VOLANTE	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
548	EL RINCON MANABITA 3	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
549	DOÑA CHABELITA	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
550	DOÑA CHAVELITA	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
551	EL ENCOCADO	TOBIAS MENA 6-31 Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
552	LAS PAPAS DE SANTO DOMINGO	TROYA 3-40 Y OLMEDO	IBARRA
553	COMEDOR MARINITA	VACAS GALINDO Y BRASIL VIA URCUQUI	IBARRA
554	RESTAURANTE LOS ALMENDROS 2	VELASCO 3-46	IBARRA
555	LA CASA DEL BUEN COMER	VELASCO 3-60 Y MALDONADO	IBARRA
556	LA PAILA CRIOLLA	VELASCO 7-51 Y BOLIVAR	IBARRA
557	OKEY RESTAURANTE	VELASCO 9-67	IBARRA



<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
558	PARADERO LAS CAÑAS	VIA A TUMBABIRO	IBARRA
559	LOS CEVICHE DE LA RUMIÑAHUI	VICTOR GOMEZ JURADO 2-51	IBARRA
560	COMEDOR AMPARITO	VICTOR MANUEL GUZMAN 6-12	IBARRA
561	VILLA RESTAURANTE	VICTORIA CASTELLO 1-45	IBARRA
562	RESTAURANTE	VICTORIA CASTELO 1-59	IBARRA
563	PARADERO LA TILAPIA	YAHUARCOCHA CALLE PRINCIPAL A TRES CUADRAS DE LA I	IBARRA
564	RESTAURANTE LA ISLA	YAHUARCOCHA SECTOR LA PORTADA	IBARRA
565	LA FUENTE	ZENON VILLACIS 1-21	IBARRA
566	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 1-33	IBARRA
567	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 2-08 Y JUANA ATABALIPA ESQUINA	IBARRA
568	COMO EN MI CASA	ZENON VILLACIS Y JUANA ATABALIPA	IBARRA
569	RESTAURANTE	ZUMBA Y GORRION ESQUINA	IBARRA
534	LOS SECRETOS	SUCRE 11-59 Y OBISPO MOSQUERA	IBARRA
535	HALIBUT RESTAURANT	SUCRE 14- 072	IBARRA
536	MAMA CUCHARA RESTAURANTE	SUCRE 1-40 Y PANAMERICANA	IBARRA
537	POLLO PICOSO	SUCRE 3-64 (FRENTE A LA PLAZA)	IBARRA
538	PIZZERIA BARILOCHE DE LA SUCRE	SUCRE 5-24 Y FLORES	IBARRA
539	ROMANOS II	SUCRE 5-36	IBARRA
540	RINCON DEL COCO	SUCRE 6-52 Y OVIEDO	IBARRA
541	EL TORTILLAZO	SUCRE 6-60 Y OVIEDO	IBARRA
542	ORALE	SUCRE S/N Y GRIJALVA	IBARRA
543	ORALE	SUCRE Y GRIJALVA	IBARRA
544	REFINADO	SUCRE Y PEDRO MONCAYO (PLAZOLETA CALDERON)	IBARRA
545	L'PUB PIZZERIA	TEODORO GOMEZ 9-36 Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
546	RESTAURANTE NIKO'S	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
547	MENESTRAS EL VOLANTE	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
548	EL RINCON MANABITA 3	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
549	DOÑA CHABELITA	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
550	DOÑA CHAVELITA	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA
551	EL ENCOCADO	TOBIAS MENA 6-31 Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
552	LAS PAPAS DE SANTO DOMINGO	TROYA 3-40 Y OLMEDO	IBARRA
553	COMEDOR MARINITA	VACAS GALINDO Y BRASIL VIA URCUQUI	IBARRA
554	RESTAURANTE LOS ALMENDROS 2	VELASCO 3-46	IBARRA
555	LA CASA DEL BUEN COMER	VELASCO 3-60 Y MALDONADO	IBARRA
556	LA PAILA CRIOLLA	VELASCO 7-51 Y BOLIVAR	IBARRA
557	OKEY RESTAURANTE	VELASCO 9-67	IBARRA

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CANTÓN</b>
558	PARADERO LAS CAÑAS	VIA A TUMBABIRO	IBARRA
559	LOS CEVICHE DE LA RUMIÑAHUI	VICTOR GOMEZ JURADO 2-51	IBARRA
560	COMEDOR AMPARITO	VICTOR MANUEL GUZMAN 6-12	IBARRA
561	VILLA RESTAURANTE	VICTORIA CASTELLO 1-45	IBARRA
562	RESTAURANT	VICTORIA CASTELO 1-59	IBARRA
563	PARADERO LA TILAPIA	YAHUARCOCHA CALLE PRINCIPAL A TRES CUADRAS DE LA I	IBARRA
564	RESTAURANTE LA ISLA	YAHUARCOCHA SECTOR LA PORTADA	IBARRA
565	LA FUENTE	ZENON VILLACIS 1-21	IBARRA
566	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 1-33	IBARRA
567	RESTAURANTE	ZENON VILLACIS 2-08 Y JUANA ATABALIPA ESQUINA	IBARRA
568	COMO EN MI CASA	ZENON VILLACIS Y JUANA ATABALIPA	IBARRA
569	RESTAURANTE	ZUMBA Y GORRION ESQUINA	IBARRA
570	SABOR COLOMBIANO	PANAMERICANA NORTE	IBARRA
571	RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE (SECTOR LA PLAYA)	IBARRA
572	CHIFA OLIMPICO	PANAMERICANA NORTE KM 1 EL OLIVO	IBARRA
573	EL FOGON EXPRESS	PANAMERICANA NORTE KM 39	IBARRA
574	ANDALUZ RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE KM 6	IBARRA
575	RESTAURANTE RANCHO FATIMA	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
576	RESTAURANTE LOS OLIVOS	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
577	PARADERO EL PASTUSITO	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
578	EL PASTUZITO Nro. 2	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
579	RESTAURAN LELY	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
580	EL SABOR DE MI TIERRA	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
581	RESTAURANTE LA DOLOROSA	PANAMERICANA NORTE KM. 3	IBARRA
582	PICANTERIA MAYRITA	PANAMERICANA NORTE KM. 3	IBARRA
583	RESTAURANTE DOÑA CECI	PANAMERICANA NORTE KM. 3 1/2	IBARRA
584	MINIMARKET SNACK BAR	PANAMERICANA NORTE KM. 32	IBARRA
585	COMEDOR LA PLAYITA	PANAMERICANA NORTE KM. 36 JUNTO A LA HOSTERIA ARUBA	IBARRA
586	TOKE TOKE RESTAURANTE	PANAMERICANA NORTE KM. 6	IBARRA
587	RESTAURANT	PANAMERICANA NORTE KM.4	IBARRA
588	EL PASTUZITO Nro. 2	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA
589	RESTAURAN LELY	PANAMERICANA NORTE KM. 1	IBARRA

**HELADERÍAS:**

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN	CANTÓN
1	ABACERIA D'DORY	27 DE NOVIEMBRE 14-19	IBARRA
2	DULCE FRESCURA	27 DE NOVIEMBRE 6-64	IBARRA
3	HELADOS DE PAILA	A. RICARDO SANCHEZ 19-21	IBARRA
4	HELADERIA	AMAZONAS 4-07 Y RIO VINCES	IBARRA
5	SAN ANDRES HELADERIA	AV. 13 DE ABRIL Y LATACUNGA	IBARRA
6	FRISKY CREAM	AV. ATAHUALPA 28-32	IBARRA
7	KOFYCRIM HELADERIA	AV. ATAHUALPA Y TEODORO GOMEZ ESQUINA	IBARRA
8	YUPI DELICIOUS	AV. EL RETORNO 15-13	IBARRA
9	HELADERIA DOÑA MARY	AV. EL RETORNO 18-54	IBARRA
10	HELADERIA	AV. EL RETORNO 20-54	IBARRA
11	ALISSON HELADERIA	AV. JAIME RICADENEIRA 4-49	IBARRA
12	HERVI'S HELADERIA	AV. MARIANO ACOSTA 25-38	IBARRA
13	HELADERIA	AV. TEODORO GOMEZ 15-40	IBARRA
14	LA RONDALIA	AV. TEODORO GOMEZ 5-66 Y SUCRE	IBARRA
15	LOS HELADOS DE LA COLON	AV. TEODORO GOMEZ 8-55	IBARRA
16	RIKOS HELADOS	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 7-11	IBARRA
17	NICE CREAM	AV. TEODORO GOMEZ 6-54 Y SIMON BOLIVAR	IBARRA
18	HELADERIA PARTY ICE	AVDA. ATAHUALPA 28-120 FRENTE AL MUSEO	IBARRA
19	CREMOSITOS DE CARANQUI	AVDA. EUGENIO ESPEJO CC FERRONORTE LOCAL 19	IBARRA
20	FRUTAS TROPICALES	BARTOLME GARCIA 194 Y OBISPO MOSQUERA	IBARRA
21	RIKKOS HELADOS	BARTOLOME GARCIA 3-45	IBARRA
22	MI DULCE COMPANIA	BOLIVAR 11-16 Y AV. PEREZ GUERRERO	IBARRA
23	HELADOS DE DON LUCHO	BOLIVAR 12-40	IBARRA
24	"SOY HELADERIA"	BOLIVAR 13-96	IBARRA
25	LOS HELADOS DE DON LUCHO	BOLIVAR 6-67 Y OVIEDO	IBARRA
26	LOS HELADOS	BOLIVAR 6-85 Y OVIEDO	IBARRA
27	HELADO ITALIANO	BOLIVAR 6-87 Y OVIEDO	IBARRA
28	HELADERIA	BOSQUE GASTRONOMICO	IBARRA
29	HELADERIA LOS ALPES	C.C. PLAZA SHOPING CENTER	IBARRA
30	LIMBO SKY	CHICA NARVAEZ 4-74	IBARRA
31	HELADERIA SU ECONOMIA	CHICA NARVAEZ 8-77	IBARRA
32	LOS HELADOS DE LA COLON	COLON 5-25	IBARRA
33	MARY'S HELADERIA	EMPERADOR CACHA 5-131	IBARRA
34	HELADERIA	EMPERADOR CACHA 5-137	IBARRA

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN	CANTÓN
35	HELADERIA PINNAR	EMPERADOR CACHA2-68	IBARRA
36	HELADERIA COCOLITO	FLORES 5-12	IBARRA
37	HELADERIA ANYCHOC	JOSE MARIA CORDOVA 1-122	IBARRA
38	HELADOS DE PAILA	JUAN DE LA ROCA 7-09	IBARRA
39	DULCE NEVADO	LUIS TOROMORENO Y BARTOLOME GARCIA	IBARRA
40	RINCON GOLOSO 2	MANUEL TERAN MONJE 5-01 Y VICTOR MANUEL GUZMAN	IBARRA
41	HELADERIA PURA CREMA	OBISPO MOSQUERA 6-82	IBARRA
42	EL RINCON GOLOSO	OLMEDO 3-72	IBARRA
43	HELADERIA ROSANA	OLMEDO 5-30 Y GRIJALVA	IBARRA
44	HELADERIA LA ESQUINA	OLMEDO 7-07 Y FLORES	IBARRA
45	HELADERIA LA ESQUINA	OLMEDO 7-08 Y FLORES	IBARRA
46	HELADERIA LA BERMEJITA	OLMEDO 7-15 Y FLORES	IBARRA
47	HELADERIA PINGÜINO	OVIEDO 5-33 Y ROCAFUERTE	IBARRA
48	HELADOS ROSALIA SUAREZ	OVIEDO 7-79	IBARRA
49	HELADOS DE PAILA ROSALIA SUAREZ	OVIEDO 7-82 Y OLMEDO	IBARRA
50	ANGEL DE NIEVE 2	OVIEDO 8-13 Y OLMEDO	IBARRA
51	ZONA FRIA	PANAMERICANA NORTE SECTOR ALFONSO	IBARRA
52	LA BERMEJITA	PEDRO MONCAYO 6-30	IBARRA
53	HELADERIA LA BERMEJITA	PEDRO MONCAYO 6-30	IBARRA
54	HELADERIA LUIGUI	PEDRO MONCAYO 6-65	IBARRA
55	HELADERIA VIRGUI	PEDRO MONCAYO 7-28	IBARRA
56	RICOS HELADOS DE CREMA	PRINCESA PACCHA Y GONZALEZ DE SAA	IBARRA
57	HELADERIA EL ROCIO	PRINCESA PACCHA 11-227	IBARRA
58	MISHEL HELADERIA	PRINCESA PACCHA 17-60 Y HUACA	IBARRA
59	HELADERIA	PRINCESA PACCHA 3-63	IBARRA
60	HELADERIA CHALOS	ROCAFUERTE 13-130	IBARRA
61	HELADOS DE CREMA ODI	RUMIÑAHUI 2-12	IBARRA
62	SU HELADERIA	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-14	IBARRA
63	RINCON DEL HELADO	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-32	IBARRA
64	HELADERIA MACAROS	SANCHEZ Y CIFUENTES 4-62	IBARRA
65	HELADERIA LA BERMEJITA #3	SANCHEZ Y CIFUENTES 6-74 Y OVIEDO	IBARRA
66	HELADERIA CAFETERIA LA DELICIA	SANCHEZ Y CIFUENTES 6-78	IBARRA
67	NIEVE Y SABOR	SANCHEZ Y CIFUENTES Y VELASCO	IBARRA
68	KISS HELADO	SUCRE 8-40 Y PEDRO MONCAYO	IBARRA
69	DEPOSITO DE HELADOS JM	TOROMORENO 4-32 Y ANTONIO CORDERO	IBARRA
70	HELADERIA " LA NEVADA "	VELASCO 8-37	IBARRA

**HOTELES:**

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN	CANTÓN
1	HOTEL LA GIRALDA	AV. ATAHUALPA 15-142	IBARRA
2	HOTEL ROYAL RUIZ	AV. FRAY VACAS GALINDO 6-51	IBARRA
3	HOTEL MONTECARLO	AV. JAIME RIVADENEIRA 5-55	IBARRA
4	HOTEL AJAVI	AV. MARIANO ACOSTA 16-038	IBARRA
5	SIERRA NORTE	AV. MARIANO ACOSTA Y MANUELA CAÑIZARES	IBARRA
6	HOTEL TURISMO COMUNITARIO	COMUNIDAD DE SAN CLEMENTE	IBARRA
7	CASA DE LAS ROSAS	COMUNIDAD LA MAGDALENA	IBARRA
8	CASA DE LOS ARRAYANES	COMUNIDAD LA MAGDALENA	IBARRA
9	CASA DE LOS CIPRESES	COMUNIDAD LA MAGDALENA	IBARRA
10	HOTEL NUEVA ESTANCIA	GARCIA MORENO 7-58	IBARRA
11	HOTEL TURISMO INTERNACIONAL	JUAN HERNANDEZ Y RAFAEL TROYA	IBARRA
12	HOTEL MADRID	PEDRO MONCAYO7-41	IBARRA
13	HOTEL EL CONQUISTADOR	PISTA DE YAHUARCOCHA	IBARRA
14	HOTEL IMPERIO DEL SOL	PISTA DE YAHUARCOCHA KM 9	IBARRA
15	HOTEL MADRID #2	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO	IBARRA
16	HOTEL COLOMBIA CONFORT	AV. JAIME RIVADENEIRA 222 Y ELIAS ALMEIDA	IBARRA
17	HOTEL LAGO AZUL	PEDRO MONCAYO 5-78 Y BOLIVAR	IBARRA
18	HOTEL ROYAL RUIZ	OLMEDO 9-40 Y PEDRO MONCAYO	IBARRA

**SUPERMERCADOS:**

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN	CANTÓN
1	SUPERMAXI	AV. MARIANO ACOSTA 21-47	IBARRA
2	EL GRAN AKI	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO	IBARRA
3	ALMACENES TIA S.A.	AV. PEREZ GUERRERO 7-75 Y SANCHEZ Y CIFUENTES	IBARRA
4	SUPERMERCADO AKI	BOLIVAR 10-48 Y COLON	IBARRA
5	COMISARIATO MUNICIPAL CENTRO	BOLIVAR Y COLON	IBARRA

# **ANEXO E**

# ANEXO F

## 1. RECEPCIÓN



## 2. SELECCIÓN:



### 3. LAVAR:



### 4. COCCIÓN:





**5. ENFRIAR:**



**6. DESPULPAR:**



## 7. PESAJE Y CONTROL DE CALIDAD:



## 8. FORMULACIÓN:



**9. MEZCLA:**



**10. ENVASADO Y SELLADO:**



## 11. ALMACENAMIENTO:



## 12. COMERCIALIZACIÓN:



# ANEXO G

**Despulpador**



**Marmita**



**Licuada Industrial**



**Cilindro de gas**



**Mesa de Selección**



**Congelador**



**Balanza**



**Sellador**



## ANEXO H

Nº	CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL (12,15%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL
1	GERENTE	4.800,00	583,20	400,00	318,00	0,00	200,00	<b>6.301,20</b>
1	SECRETARIA / CONTADORA	4.200,00	510,30	350,00	318,00	0,00	175,00	<b>5.553,30</b>
2	GUARDIA	7.632,00	927,29	636,00	318,00	0,00	318,00	<b>9.831,29</b>
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	3.960,00	481,14	330,00	318,00	0,00	165,00	<b>5.254,14</b>
2	OPERARIOS	7.632,00	927,29	636,00	636,00	0,00	318,00	<b>10.149,29</b>
1	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	3.960,00	481,14	330,00	318,00	0,00	165,00	<b>5.254,14</b>
1	VENDEDOR / CHOFER	3.816,00	463,64	318,00	318,00	0,00	159,00	<b>5.074,64</b>

# ANEXO I

## COMPRA NARANJILLA

NARANJILLAS CAJAS		COMPRA PRÓXIMOS AÑOS		
Cajas diarias	15	AÑOS	CAJAS	DÓLARES
Cajas semanal	75	1	3.600	\$ 16.200,00
Cajas mensual	300	2	3.780	\$ 17.860,50
Cajas anual	3600	3	3.969	\$ 19.691,20
Precio compra	\$ 4,50	4	4.167	\$ 21.709,55
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 1.350,00</b>	5	4.376	\$ 23.934,78
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 16.200,00</b>	<b>TOTAL MPD</b>	<b>19.892</b>	<b>\$ 99.396,03</b>

PRODUCCIÓN DE PULPA		
1 caja naranjilla	11	Kilos de pulpa
1 caja naranjilla	11.000	Gramos de pulpa
15 cajas naranjilla	165.000	Gramos de pulpa
<b>PRODUCCIÓN DE PULPA 500gr.</b>	330	Fundas diarias
	1650	Fundas semanales
	6.600	Fundas mensuales
	79.200	Fundas anuales



## ANEXO J

### DEPRECIACIONES

CONCEPTO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL	VALOR EN LIBROS
Infraestructura Civil	45.800,00	2.290,00	43.510,00
Muebles y Enseres	1.413,00	141,30	1.271,70
Equipo de Computación	3.040,00	1.003,20	2.036,80
Equipo de Oficina	597,00	59,70	537,30
Vehículo	22.000,00	4.400,00	17.600,00
Maquinaria	4.000,00	400,00	3.600,00

CONCEPTO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACION ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	SALDO EN LIBROS
Infraestructura Civil	45.800,00	2.290,00	20	5%	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50	2.175,50	32.632,50
Muebles y Enseres	1.413,00	141,30	10	10%	127,17	127,17	127,17	127,17	127,17	635,85
Equipo de Computación	3.040,00	1.003,20	3	33%	678,93	678,93	678,93	0,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	597,00	59,70	10	10%	53,73	53,73	53,73	53,73	53,73	268,65
Vehículo	22.000,00	4.400,00	5	20%	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	0,00
Maquinaria	4.000,00	400,00	10	10%	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	1.800,00

### AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	SALDO
Gastos de Constitución	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>		<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>0,00</b>

### VALOR DE RESCATE

CONCEPTO	SALDO EN LIBROS	5% INCREMENTO DECREMENTO	TOTAL VALOR DE RESCATE
Infraestructura Civil	45.800,00	2.290,00	48.090,00
Muebles y Enseres	1.413,00	70,65	1.342,35
Equipo de Computación	3.040,00	152,00	2.888,00
Equipo de Oficina	597,00	29,85	567,15
Vehículo	22.000,00	1.100,00	20.900,00
Maquinaria	4.000,00	200,00	3.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>77.587,50</b>



## PROFORMA

**CLIENTE:** Priscila Espín  
**DIRECCIÓN:** Los Ceibos – Ibarra

**RUC:** 100242772-0  
**FECHA:** 20/06/2012

CANT	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Despulpador	1.100,00	1.100,00
2	Congelador	750,00	1.500,00
1	Licuadaora industrial	400,00	400,00
1	Marmita	1.000,00	1.000,00
1	Mesa de selección	200,00	200,00
1	Balanza	14,00	14,00
1	Sellador	50,00	50,00
2	Cilindro de gas	52,00	104,00
		<b>TOTAL</b>	<b>4.368,00</b>

**- Nuestros precios incluyen IVA**



## PROFORMA

**CLIENTE:** Priscila Espín

**RUC:** 100242772-0

**DIRECCIÓN:** Los Ceibos

**FECHA:** 20/06/2012

CANT.	DETALLE	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	Sello cuadrado	17,00	17,00
1000	Volantes	115,00	115,00
1000	Etiquetas	100,00	100,00
		<b>TOTAL</b>	<b>232,00</b>

- Nuestros precios incluyen Iva



**SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS**  
**COMPU-BUSSINES Cía. Ltda.**  
 RUC.: 1791774582001

MATRIZ: ESTABLECIMIENTO 002: Quito - Ecuador:  
 El Ejido • Av. 10 de Agosto 983 Esq. y Río de Janeiro  
 Teléfonos: 250-1594/5/6 • Fax: 254-42-62 • Cel.099235051  
 ESTABLECIMIENTO 005: C.C. EL RECREO  
 ESTABLECIMIENTO 006: C.C. SAN LUIS  
 ESTABLECIMIENTO 008: EL CONDADO  
 ESTABLECIMIENTO 009: C.C. IÑAQUITO

Fecha Quito, 28 de junio 2012  
 Cliente Ornara Wessenia  
 Dirección Las Olivas  
 R.U.C./C.I. 100309775-3  
 Teléfono 093457813

PROFORMA		
<b>Nº 0028863</b>		
VALIDO HASTA		
DIA	MES	AÑO

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Combo Core I3		
	Disco Duro 2 Teros		
	Memoria 4GB		
	Mainboard Intel H61		
	Monitor 19" LCD		
	Multifuncion HP 2050		
	Tecla, Regulador de Voltaje		
	Flash, Audifonos		
	Game pad, Camara web		

Son: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

SUBTOTAL	
I.V.A. TARIFA 0%	
I.V.A. TARIFA %	
TOTAL \$	895.00

  
 POR: SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS  
 COMPU-BUSSINES Cía. Ltda.

\_\_\_\_\_  
 Recibí Conforme

Original Cliente / Copia Rosdada Emisor

PROFORMA: 010-0003167

DISTRIBUIDORA DE LIBROS Y PAPELERIA DILI

Fecha : 28 DE JUNIO DEL 2012

Emission Sist.: 28/06/12 17:34:15

Almacen : BODEGA IBARRA

No. Control : 91-PR-00003167

Cliente : 010116 YESENIA ORMAZA

Direccion : IBARRA

Telefono : 062 Ciudad :

RUC/Cedula : 1003097753 Tipo Venta: CON

No.

Pedido: (91-PR-0003166) Vendedor: P91-RIO OSCAR Usuario: vtabar Autoriza: reesura

Pagina: 1 de 1

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL OBSER
5 694104370566	ARCHIV 20/25 NEGRO L/B 550	BORAB	1	UNID	2,4560	2,4560
2 0070330145670	BOLIGRAFO BIC PAFINA AZUL	BIC	1	CAJ	6,7824	6,7824
3 4971450134824	CALCULAD CS FX-5005 CIENT	BOASIO	1	UNID	17,4633	17,4633
4 000000103094	CINTA 3M EASY TRANS 48X80Y	L/AZUL	1	UNID	,9775	,9775
14 6928802503014	CLIPS AZ METALICO	BL/AZUL	1	UNID	,2422	,2422
11 7702111374564	CUADERNO ANO UNIV 100 H CUADROS	ANDALUZ	23	UNID	1,1424	26,2650
6 4714214081855	GRAPADORA KM 5712 GRD	8KM/7X10	1	UNID	7,2726	7,2726
13 4714218000344	GRAPAS KM 26/6 5X40CS	8KM/7X10	1	CAJ	,8038	,8038
10 4714218000099	NUMERADOR KM 20700 7/DIG	8KM/7X10	1	UNID	21,3092	21,3092
1 7501249809526	PAPEL 100%Y /76R 44	SIDOPY	1	RESA	4,5713	4,5713
7 4893059050649	PERFORADORA EA P506-B	BEUBLE	1	UNID	2,5940	2,5940
12 6911161968920	PORTAFOLIOS MP 6802 0,5	800MM30	13	UNID	,9171	12,9223
3 0000000005006	ROLLO PRECISO/PI-5500 BLANCO	SPEDHASO	1	Paq	1,8140	1,8140
9 7703064304505	TINTA PEL/ALMOHA NEGRA	SPELINHI DHD/ST	1	PCD	,9092	,9092
*GRACIAS POR PREFERENCIAS VALIDO POR OCHO DIAS						

SUBTOTAL : 108,75  
 TARIFA 0% : 4,87  
 TARIFA 12% : 104,18  
 I V A 12% : 12,50  
 T O T A L # : 121,25

\*\* SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES \*\*



## PROFORMA

CLIENTE: Yesenia Ormaza  
DIRECCIÓN: El Olivo  
RUC: 999999999-9

FECHA		
28	06	2012

CANT.	DETALLE	V.UNITARIO	V. TOTAL
1	Mantenimiento preventivo trimestral de 4 equipos	17.86	71.44
		<b>SUBTOTAL</b>	71.44
		<b>12% IVA</b>	8.56
		<b>TOTAL</b>	<b>80.00</b>

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Impresora Multifunción con sistema continuo	98.66	98.66
1	Tinta para sistema continuo de 100ml Set 4 colores	3.57	14.28
		<b>SUBTOTAL</b>	112.94
		<b>12% IVA</b>	13.56
		<b>TOTAL</b>	<b>126.50</b>

Atentamente,

Ing. Luis Tález  
**PROPIETARIO**



**GARANTÍA:** 2 años para productos Intel en su empaque original box.  
1 año para monitores, discos duros, memorias UPS, notebooks.  
Contra defectos de fabricación.