



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y

AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS**

A BASE DE AMARANTO Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE IBARRA,

PROVINCIA DE IMBABURA

PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y

AUDITORÍA C.P.A.

AUTORA: Celene Estefanía García Moreno

DIRECTOR: Dr. Fausto Lima

IBARRA, Noviembre 2016

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene el propósito de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas elaboradas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, por medio de un estudio de factibilidad que consta de 7 capítulos, los cuales serán resumidos a continuación. En primer lugar se realizó un diagnóstico situacional, el cual permitió conocer a fondo el sitio donde se establecerá la microempresa, para de esta manera verificar si cuenta con los factores necesarios para su puesta en marcha y así establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos adecuados. El proyecto se respaldó mediante bases teóricas, científicas y legales pertinentes, las cuales sustentan la investigación mediante un marco teórico adecuado para la actividad que se desarrollará. La investigación de campo permitió conocer el nivel de aceptación del producto dentro de la localidad, el cual fue medido mediante encuestas, entrevistas y observación directa, lo que permitió establecer un precio adecuado y estrategias de comercialización que permitan el acceso al mercado de manera más fácil y rápida. Con los datos obtenidos en capítulo anterior se procedió a elaborar el estudio técnico, en donde se determinó el tamaño y la capacidad del proyecto, la macro y micro localización de la microempresa y la maquinaria y herramientas necesarias para dar inicio al proceso productivo. Luego de diseñar un adecuado estudio técnico se realizó un estudio financiero, con la finalidad de comprobar la factibilidad del proyecto por medio de indicadores, y así presentar en balances la situación de la microempresa con cifras numéricas. La estructura organizativa se diseñó con la finalidad de que el desarrollo empresarial sea óptimo, por lo cual se definió un modelo administrativo que tiene por objetivo una gestión eficiente, estableciendo valores y políticas a cumplir, además se estructuró la misión y visión acordes a las necesidades y requerimientos de las actividades que se van a desempeñar dentro de la microempresa, por último se establecieron los puestos de trabajo especificando sus respectivas funciones y responsabilidades. Finalmente se elaboró una matriz para el análisis de los impactos, en donde se analizaron aspectos económicos, sociales, ambientales y comerciales, con la finalidad de conocer el nivel de impacto que tendrá la implantación de la microempresa en los aspectos antes mencionados.

ABSTRACT

This research aims to determine the feasibility of creating a producer and marketer of beverage prepared from amaranth and guava in the city of Ibarra, province of Imbabura microenterprise, through a feasibility study consisting of 7 chapters, which will be summarized below. First a situational diagnosis was made, which allowed insight into the place where microenterprise be established in this way to check if you have the factors necessary for its implementation and establish allies, opponents, opportunities and appropriate risk. The project is supported by relevant theoretical, scientific and legal bases, which support research through appropriate theoretical framework for the activity to be developed. Field research to indicate the level of acceptance of the product within the town, which was measured through surveys, interviews and direct observation, thereby allowing for an appropriate price and marketing strategies that will allow market access more easily and quick. With the data obtained in previous chapter we proceeded to develop the technical study, where the size and capacity of the project was determined, the macro and micro location microenterprise and machinery and tools necessary to start the production process. After designing an appropriate technical study a financial study was conducted in order to verify the feasibility of the project through indicators, and thus present in the situation balances microenterprise with numerals. The organizational structure was designed with the aim that business development is optimal, for which an administrative model that aims to efficient management, establishing values and policies to comply defined, plus the mission and vision chords are structured to the needs and requirements of the activities will play in microenterprise finally jobs specifying their respective roles and responsibilities were established. Finally a matrix for analysis of impacts, where economic, social, environmental and commercial aspects were analyzed in order to determine the level of impact that the implementation of microenterprises in the above aspects was developed.

AUTORÍA

Yo, Celene Estefanía García Moreno, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100291621-9 declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

ARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, a los 24 días del mes de junio de 2016

TEFAGARCIA MORENO

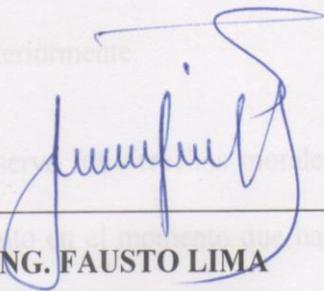
Celene Estefanía García Moreno

100291621-9

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del trabajo de grado presentado por la egresada Celene Estefanía García Moreno, para optar por el Título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, C.P.A, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS A BASE DE AMARANTO Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, a los 24 días del mes de junio de 2016



ING. FAUSTO LIMA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Celene Estefanía García Moreno, con cédula de identidad Nro. 100291621-9, manifiesto mi voluntad de 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS A BASE DE AMARANTO Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi Condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

TEFAGARCIA MORENO

Celene Estefanía García Moreno

100291621-9

Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2016



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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100291621-9		
NOMBRES Y APELLIDOS	Celene Estefanía García Moreno		
DIRECCIÓN:	Av. 17 de Julio y Aurelio Espinoza Pólit		
EMAIL	estefania_garciamoreno@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2-616340	TELÉFONO MOVIL:	0981315744
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS A BASE DE AMARANTO Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR	Celene Estefanía García Moreno		
FECHA	2016-11-12		
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR	DR. FAUSTO LIMA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Celene Estefanía García Moreno con cédula de ciudadanía Nro. 100291621-9 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo 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

La autora manifiesta 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 la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2016.

TEFAGARCIA MORENO

Celene Estefanía García Moreno

1002916219

Facultado por resolución del Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a mi madre Celene, mi hijo Juan Ignacio y mi esposo Juan Manuel quienes son mi fuerza y mi inspiración para seguir adelante.

A mi hermano Johnny por ser un amigo incondicional y consejero y a mi padre que es un ejemplo de lucha y superación personal le debo mi progreso por su apoyo y aliento.

Celene Estefanía García Moreno

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a la universidad por la formación impartida.

A mi asesor por su guía en mi trabajo

Y a mi familia por estar pendiente y apoyarme en este proceso académico.

Celene Estefanía García Moreno

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxiv
INTRODUCCIÓN.....	xxv
JUSTIFICACIÓN.....	xxvi
PRESENTACIÓN	xxviii
OBJETIVOS	xxx
Objetivo General.....	xxx
Objetivos específicos	xxx
CAPÍTULO I	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
Antecedentes	31
Objetivos del Diagnóstico.....	32
Objetivo General.....	32
Objetivos Específicos.....	33
Variables diagnósticas	33
Identificación de variables	33
Indicadores o sub-aspectos	33
Matriz de relación diagnóstica	35

Mecánica operativa	35
Técnicas e instrumentos	35
Desarrollo de las variables e indicadores	36
Ubicación geográfica	36
División política.....	37
Clima.....	37
Nivel de educación.....	38
PEA del cantón Ibarra.....	39
Actividades económicas.....	40
Generalidades del amaranto	41
Áreas de cultivo del amaranto.....	43
Generalidades de la guayaba.....	45
Áreas de cultivo de guayaba	47
Oferta actual.....	48
Mecánica operativa	48
Identificación de la población	48
Cálculo de la muestra.....	48
Técnicas e instrumentos	49
Información primaria	50
Tabulación y análisis de la información	50
Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra.....	50
Matriz AOOD.....	61
Determinación de la oportunidad de inversión	62
CAPÍTULO II	64
MARCO TEÓRICO	64
Estudio de factibilidad	64
Recursos del estudio de factibilidad.....	64
La empresa	65
Objetivo de la empresa.....	65
Clasificación de la empresa	66
Microempresa	67
Definición	67
Importancia de la microempresa	67
Clasificación de la microempresa	68
Requisitos para establecer una microempresa	68
Requisitos para el registro de una microempresa.....	68

Registros del gobierno central	69
Licencias del gobierno central	69
Licencias municipales	70
Formas de constitución empresarial.....	70
Persona natural.....	70
Personas jurídicas.....	71
Producción	71
Comercialización	72
El Amaranto.....	72
Definición	72
Historia.....	73
Características del amaranto	74
Propiedades nutricionales	74
Propiedades medicinales.....	75
Composición química	75
El amaranto en el Ecuador	76
Usos tradicionales del amaranto	77
Industrialización del amaranto.....	78
La guayaba	79
Origen	79
Usos	79
Características	80
Tipos de guayaba	80
Propiedades	81
Composición química	82
Requerimientos de clima.....	83
Requerimientos de suelo	83
Producción	83
Calidad del fruto	84
Productos elaborados a base de guayaba	85
Estudio de mercado.....	85
Mercado	86
Demanda	86
Demanda insatisfecha	86
Oferta	87
Mercado meta.....	87
Producto	87

Canales de comercialización.....	88
Precio	89
Promoción.....	89
Plaza.....	89
Estudio Técnico	90
Tamaño del proyecto.....	90
Localización del proyecto	90
Macro y micro localización	91
Ingeniería del proyecto	91
Estudio económico.....	91
Ingresos.....	92
Gastos.....	92
Costos de producción.....	92
Costos de administración.....	93
Costos de ventas.....	93
Costos financieros.....	93
Estado de situación financiera.....	94
Estado de resultados integral.....	94
Flujo de caja.....	94
Evalúadores financieros	95
VAN.....	95
Tasa interna de retorno.....	95
Periodo de recuperación.....	96
Punto de equilibrio.....	96
Estructura organizacional.....	96
Organigrama	96
Misión	97
Visión.....	97
Impactos.....	97
CAPÍTULO III.....	99
ESTUDIO DE MERCADO.....	99
Introducción	99
Identificación del producto	100
Objetivos del estudio de mercado	101
Objetivo general.....	101
Objetivos específicos	102

Matriz del estudio de mercado	102
Mecánica operativa	104
Identificación de la población	104
Determinación de la muestra	104
Técnicas e instrumentos	105
Información primaria	105
Tabulación y análisis de la información	106
Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.	106
Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra	117
Análisis de la demanda	117
Identificación de la demanda	117
Características de la demanda	117
Segmentación de mercado	117
Mercado meta.....	118
Demanda actual.....	118
Proyección de la demanda	119
Análisis de la oferta	120
Oferta actual.....	120
Proyección de la oferta.....	121
Balance entre oferta y demanda.....	122
Demanda potencial a satisfacer.....	122
Demanda a captar por el proyecto.....	123
Análisis de precios	124
Distribución y comercialización del producto	124
Estrategias de comercialización.....	124
Producto	125
Precio	125
Plaza.....	125
Promoción.....	126
Conclusiones del estudio de mercado	126
CAPÍTULO IV.....	127
ESTUDIO TÉCNICO	127
Presentación	127
Tamaño del proyecto.....	127
Localización del proyecto	128
Macro localización.....	128

Micro localización	129
Ubicación de la planta.....	130
Distribución de la planta	131
Ingeniería del proyecto	132
Tecnología.....	132
Herramientas	135
Equipo de computación.....	136
Capacidad Instalada	137
Presupuesto Técnico	138
Inversiones variables.....	141
Capital de trabajo	148
Inversión total del proyecto	148
Financiamiento.....	148
Operación del proyecto	149
Adquisición de la materia prima	149
Proceso de elaboración	149
Flujograma de procesos	152
Flujograma de operación.....	154
CAPÍTULO V	156
ESTUDIO FINANCIERO.....	156
Estado de situación inicial	156
Determinación de ingresos proyectados	157
Determinación de egresos proyectados.....	158
Proyección de la materia prima directa.....	158
Proyección de mano de obra directa	159
Proyección de costos indirectos de fabricación	161
Proyección gastos administrativos	161
Proyección de gastos de venta	163
Gastos financieros.....	164
Depreciaciones.....	165
Estado de resultados integral proyectado.....	167
Flujo de caja proyectado	168
Evaluación financiera.....	168
Costo de oportunidad	168
Tasa de rendimiento medio.....	169
Valor actual neto.....	170

Tasa interna de retorno.....	170
Periodo de recuperación.....	171
Índice costo beneficio	172
Punto de equilibrio.....	173
Resumen de la evaluación.....	175
CAPÍTULO VI.....	176
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	176
La microempresa.....	176
Constitución	176
Registros para la constitución	177
Obligaciones tributarias	178
Misión	179
Visión.....	179
Objetivos organizacionales	179
Políticas institucionales.....	180
Valores	182
Estructura organizacional.....	182
Organigrama estructural.....	182
Descripción de funciones.....	184
CAPÍTULO VII	186
IMPACTOS	186
Análisis de impactos	186
Identificación de impactos	186
Impacto económico.....	187
Impacto social.....	188
Impacto ambiental.....	189
Impacto comercial.....	190
Resumen general de impactos.....	191
CONCLUSIONES.....	192
RECOMENDACIONES	194
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	195
WEBGRAFÍA.....	198
ANEXOS.....	199

ÍNDICE DE CUADROS

1.	Matriz de Relación Diagnóstica	35
2.	Características educacionales del cantón Ibarra	38
3.	PEA del cantón Ibarra	39
4.	PEA por rama de actividad del cantón Ibarra.....	40
5.	Ficha técnica del amaranto	42
6.	Composición química de la semilla de amaranto por cada 100g.	42
7.	Comparación del contenido de proteína del amaranto con los principales cereales	43
8.	Zonificación para el cultivo de amaranto	44
9.	Valor nutricional por cada 100g.	46
10.	Requerimientos para el cultivo de guayaba.....	47
11.	Tiendas y Abastos en la ciudad de Ibarra.....	48
12.	Tipos de establecimientos comerciales	51
13.	Tipos de bebidas en el mercado.....	52
14.	Frecuencia de ventas.....	53
15.	Oferta actual de jugos envasados	54
16.	Preferencias de los consumidores.....	55
17.	Presentación de la competencia.....	56
18.	Volumen de ventas de la competencia	57
19.	Forma de abastecimiento de la competencia	58
20.	Incremento en las ventas de la competencia.....	59
21.	Posibilidad de introducción del producto en el mercado.....	60
22.	Matriz AOOR	61
23.	Clasificación de la empresa	66
24.	Composición química.....	76
25.	Tipos de guayaba.....	81
26.	Composición química de la guayaba.....	82
27.	Matriz de estudio de mercado.....	103
28.	PEA de Ibarra	104
29.	Género de los encuestados.....	107
30.	Edad de los encuestados	108
31.	Identificación del producto.....	109
32.	Frecuencia de adquisición del producto	110

33.	Presentación del producto.....	111
34.	Volumen de la demanda	112
35.	Fijación de precios.....	113
36.	Puntos de venta.....	114
37.	Publicidad del producto	115
38.	Aceptación del producto.....	116
39.	Segmentación de mercado	118
40.	Demanda actual	119
41.	Proyección de la demanda	120
42.	Oferta actual	121
43.	Proyección de la oferta	122
44.	Balance entre oferta y demanda	123
45.	Demanda a captar	123
46.	Capacidad de producción	127
47.	Macro localización	129
48.	Distribución de la planta.....	131
49.	Detalle de equipo de computación	136
50.	Capacidad Instalada.....	137
51.	Maquinaria.....	138
52.	Herramientas.....	139
53.	Muebles y enseres.....	139
54.	Equipo de computación	140
55.	Equipo de oficina.....	140
56.	Vehículo	140
57.	Gasto Instalación	141
58.	Resumen de la inversión fija	141
59.	Materia prima directa requerida	142
60.	Materia Prima Directa	142
61.	Mano de obra.....	143
62.	Materia prima indirecta	143
63.	Consumo de energía eléctrica.....	144
64.	Consumo de agua potable.....	144
65.	Costos indirectos de fabricación.....	145
66.	Sueldos administrativos.....	145

67.	Gastos administrativos.....	146
68.	Sueldos de ventas	146
69.	Gasto publicidad.....	147
70.	Gastos de venta.....	147
71.	Gastos de constitución.....	147
72.	Capital de Trabajo	148
73.	Inversión Total.....	148
74.	Financiamiento	149
75.	Proveedores	149
76.	Proceso de elaboración.....	149
77.	Balance de Situación Inicial	156
78.	Costo de producción.....	157
79.	Costo de producción unitario.....	157
80.	Precio de venta	158
81.	Determinación de ingresos proyectados.....	158
82.	Proyección de la materia prima	159
83.	Crecimiento del salario básico unificado	159
84.	Proyección de la mano de obra directa.....	160
85.	Proyección de costos indirectos de fabricación.....	161
86.	Costos de producción	161
87.	Proyección de sueldos administrativos.....	162
88.	Proyección de gastos administrativos.....	163
89.	Proyección de los sueldos de ventas.....	163
90.	Proyección de gastos de venta.....	164
91.	Amortización de la deuda.....	164
92.	Porcentajes de depreciación	165
93.	Depreciación de activos fijos.....	166
94.	Estado de Resultado Integral proyectado	167
95.	Flujo de caja proyectado.....	168
96.	Costo de oportunidad.....	169
97.	Valor actual neto.....	170
98.	Tasa interna de retorno	171
99.	Periodo de recuperación	172
100.	Cálculo proporcional	172

101. Análisis del punto de equilibrio.....	174
102. Resumen de la evaluación	175
103. Funciones de la gerencia	184
104. Funciones de la secretaria – contadora	185
105. Matriz de evaluación de impactos	186
106. Impacto económico	187
107. Impacto social.....	188
108. Impacto ambiental	189
109. Impacto comercial	190
110. Resumen general de impactos	191

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Ubicación geográfica del cantón Ibarra	36
2. División política del cantón Ibarra.....	37
3. Clima del cantón Ibarra.....	37
4. Planta de amaranto	41
5. Cultivos de amaranto	43
6. Planta de guayaba	45
7. Cultivos de guayaba.....	47
8. Tipos de establecimientos comerciales	51
9. Tipos de bebidas en el mercado	52
10. Frecuencia de ventas	53
11. Oferta actual de jugos envasados	54
12. Preferencias de los consumidores	55
13. Presentación de la competencia	56
14. Volumen de ventas de la competencia.....	57
15. Forma de abastecimiento de la competencia	58
16. Incremento en las ventas de la competencia	59
17. Posibilidad de introducción del producto en el mercado	60
18. Amaranto.....	73
19. Semilla de amaranto.....	74
20. Taller “Importancia de los granos andinos en la alimentación	77
21. Usos tradicionales del amaranto	78
22. Productos a base de amaranto	78
23. Fruta de la guayaba	79
24. Fruto de guayaba empacado.....	84
25. Productos elaborados a base de guayaba	85
26. Canales de comercialización.....	88
27. Identificación del producto	100
28. Género de los encuestados	107
29. Edad de los encuestados.....	108
30. Identificación del producto	109
31. Frecuencia de adquisición del producto.....	110
32. Presentación del producto	111

33. Volumen de la demanda.....	112
34. Fijación de precios	113
35. Puntos de venta	114
36. Publicidad del producto	115
37. Aceptación del producto	116
38. Comercialización del producto	124
39. Macro localización.....	128
40. Mapa satelital de la micro localización.....	130
41. Mapa topográfico de la micro localización.....	130
42. Distribución de la planta	131
43. Tanque de inmersión.....	132
44. Despulpadora	133
45. Procesador eléctrico	133
46. Caldero marmita.....	134
47. Cocina industrial	134
48. Embotelladora	134
49. Frigorífico	135
50. Guantes quirúrgicos	135
51. Colador metálico	136
52. Tanque de acero inoxidable	136
53. Flujograma del proceso de elaboración de una bebida a base de amaranto y guayaba	152
54. Simbología	154
55. Flujograma de operaciones	155
56. Razón social.....	176
57. Logotipo.....	177
58. Organigrama estructural.....	183

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Tiendas de la ciudad de Ibarra	200
Anexo N° 2 Abastos de la ciudad de Ibarra	228
Anexo N° 3 Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra	231
Anexo N° 4 Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra	233
Anexo N° 5 Equipo de computación	235
Anexo N° 6 Vehículo.....	236
Anexo N° 7 Resolución N° 043/11 del Directorio del Consejo Nacional de Electricidad	237
Anexo N° 10 Tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador	241
Anexo N° 11 Tabla del impuesto a renta 2016	242
Anexo N° 12 Tabla de amortización mensual	243

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas elaboradas a base amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

El amaranto es considerado como uno de los cereales propios del clima templado, que con el tiempo se ha dejado de consumir, sin embargo esto no ha restado su alto valor nutricional y los beneficios que su consumo brinda al cuerpo humano, es por esto que en el cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura, se ha puesto en marcha la inserción de este cultivo en las comunidades del cantón.

La guayaba es una fruta comestible de corteza delgada y color amarillo, es rica en vitaminas C, A y B, es cultivada en zonas tropicales. En nuestro país la guayaba se produce en todas las provincias y en Imbabura se cosecha la fruta en las parroquias La Carolina, Lita, Tumbabiro y Urcuquí. A pesar de ser una fruta conocida, en este sector la mayor parte del cultivo de guayaba no se explota en su totalidad, debido al desconocimiento de la población sobre la distribución y comercialización del fruto.

Siendo ambos los ingredientes principales, se debe recalcar que los dos son cosechados dentro de la provincia, por lo que se considera a la ciudad de Ibarra como un lugar estratégico para la implantación de la microempresa, ya que al ser la capital provincial, cuenta con un mayor índice poblacional y mayores oportunidades de comercio. Por lo cual, la implantación del proyecto planea asumir de manera responsable la elaboración de la bebida, la misma que será comercializada cumpliendo con estándares de calidad, enfocados a satisfacer a los consumidores.

JUSTIFICACIÓN

A través de la realización de la presente investigación, se pretende obtener un producto innovador, elaborado a base de amaranto y guayaba. La creación de la microempresa contribuirá con la seguridad alimentaria, en lo que respecta a la provisión de productos de calidad, además fortalecerá al cambio de la matriz productiva que se especifica en el objetivo diez del Plan Nacional del buen Vivir: Impulsar la transformación de la matriz productiva, que propone la implementación de nuevas industrias ecuatorianas con un alto nivel de productividad basadas en la competitividad, sustentabilidad, sostenibilidad y diversidad para generar recursos tanto para el inversionista privado como para el sector público.

La implementación de la microempresa pretende generar fuentes empleo, ayudando de esta manera a la economía ecuatoriana y acoplándose de manera integral al noveno objetivo del PNBV que se enfoca en garantizar el trabajo digno en todas sus formas, en el que se menciona que el ejercicio del trabajo se debe realizar de manera digna, asegurar la estabilidad del trabajador y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

La materia prima necesaria para la elaboración del producto se cultiva en la provincia de Imbabura. En el caso del amaranto se pretende apoyar a las comunidades ubicadas en el cantón Cotacachi, las cuales pretenden reinsertar los cultivos autóctonos de la zona e incentivar a la producción y conservación de este cereal. A su vez la guayaba es cultivada en la parroquia La Carolina perteneciente al cantón Ibarra, en donde su población no ha explotado en su totalidad estos cultivos debido al desconocimiento de una forma de comercialización adecuada para la fruta, para lo cual el proyecto beneficiará a la población mejorando la calidad de vida, tal cual estipula el tercer objetivo del PNBV, y con el proyecto de la microempresa impulsará con la obtención de mayores recursos para el sector y el fortalecimiento de sus capacidades individuales y sociales.

Al ser tanto el amaranto como la guayaba ingredientes naturales, contribuyen a la tendencia de salud y bienestar que se ha generado en los últimos años, que ha hecho que las personas busquen bebidas menos dañinas, por lo que este tipo de productos han empezado a liderar en el mercado, debido a que los consumidores no solo buscan sabor sino también beneficios nutricionales y vitamínicos.

En nuestra provincia, los jugos adicionados con amaranto se realizan de manera casera y artesanal, por lo que se ve la necesidad de implementar una microempresa productora y comercializadora de bebidas de amaranto y guayaba, con el fin de mejorar la calidad del producto final. Es por ello que se pretende desarrollar un producto cargado de beneficios nutricionales y a un precio módico para satisfacer la demanda.

PRESENTACIÓN

De la investigación se desea obtener como resultado un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebida a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

El presente trabajo toma como primer aspecto a realizar el Diagnóstico Situacional, dónde se va a estudiar el escenario en el que se va a desarrollar el proyecto, para lo cual resulta necesario conocer la población total, según edades, población económicamente activa, situación demográfica, el aspecto comercial de la zona, definir los aliados, oportunidades, oponentes y amenazas de la microempresa, entre otros.

Como segundo punto se elaborará el Marco Teórico, el cual permitirá sustentar el estudio a través de la investigación bibliográfica y documental y que además permitirá conocer e identificar los conceptos relacionados al proyecto.

A continuación se construirá el Estudio de Mercado, el mismo que se realizará con el objetivo de determinar la oferta, demanda, proyecciones, mercado meta, segmentación de mercado y las estrategias de mercadeo que se deberá aplicar en el proyecto a través de encuestas a los ciudadanos de Ibarra, los cuales serán los beneficiarios directos del proyecto.

Posteriormente se realizará el Estudio Técnico, donde se establecerá la macro y micro localización de la empresa, al igual que la infraestructura necesaria, equipos y talento humano con lo que se va a desenvolver el proyecto.

A continuación se presentará el Estudio Económico Financiero, que es un análisis de costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, maquinarias, gastos administrativos y financieros, De la misma manera se establece proyecciones de estados

financieros con la finalidad de determinar si el proyecto es o no rentable y tomar la decisión de poner o no en marcha la ejecución de la microempresa.

En la Estructura Organizacional, se analizarán aspectos legales como son: la constitución de la microempresa, misión, visión, objetivos, organización estructural y funcional permitiendo establecer los mecanismos y políticas para el normal y ordenado funcionamiento de la microempresa.

Finalmente se especifican los Impactos que tendrá la puesta en marcha del proyecto, en el aspecto social, económico, empresarial y ambiental. En este capítulo se analizará las causas y efectos que tienen y la manera de mitigación o reducción en caso de ser negativos y su posible afectación a la microempresa.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional, que permita conocer el ambiente en el que se desarrollará la microempresa, y así construir la matriz AOOD.
- Elaborar un marco teórico, mediante la investigación bibliográfica y linkográfica, que sustente la realización del proyecto.
- Diseñar un estudio de mercado, utilizando herramientas y técnicas de investigación de campo que permitan conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
- Desarrollar un estudio técnico, que defina un enfoque claro de la creación de la microempresa y defina los aspectos fundamentales del proceso de producción.
- Formular un estudio financiero, que mediante la aplicación de fórmulas y cálculos demuestre la viabilidad económica de la puesta en marcha del proyecto.
- Estructurar una propuesta organizativa cuya finalidad sea un óptimo desarrollo empresarial y una gestión eficiente mediante el establecimiento de una misión, visión, política y valores orientados al alcance de metas y objetivos.
- Identificar los principales impactos en los aspectos social, económico, ambiental y comercial, mediante la aplicación de metodologías de evaluación orientadas a mitigar los impactos negativos que surjan en la implantación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La región Sierra del Ecuador es muy rica en producción agrícola y ganadera, por lo que sus provincias están dedicadas a estas actividades. La provincia de Imbabura conocida también como la Provincia de Los Lagos, se encuentra ubicada al norte del país, comprendida entre las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas. Se encuentra dividida por los cantones Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí y tiene una superficie total de 4.986 Km², es reconocida por sus hermosos paisajes, sus coloridas artesanías y por la diversidad de cultivos de cereales como el trigo y el maíz en las zonas templadas; y en sectores más cálidos sembrados de caña de azúcar, café y frutas de clima tropical y subtropical.

Ibarra denominada Ciudad Blanca o Ciudad a la que siempre se vuelve, es la capital de la provincia de Imbabura, y considerada el centro de desarrollo educativo, comercial e industrial de la zona, por lo que fue elegida para realizar el presente estudio de factibilidad, que pretende la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba.

Dentro de las frutas que se cultivan en la zona tropical tenemos a la guayaba, propia de este clima, la cual se produce en la parroquia La Carolina, ubicada al noroccidente del cantón Ibarra, donde existe una producción frutícola de excelente calidad, la misma que no se está aprovechando adecuadamente, ya que solo el 10% de la guayaba se entrega y el 90% restante se desperdicia, lo cual es lamentable considerando el alto contenido de vitaminas, minerales y fibra que posee la fruta.

Por su parte el amaranto también conocido como sangorache o quinua de castilla, ha sido desplazado hasta casi desaparecer, lo cual se debería impedir, puesto que este cereal cuenta con un alto valor nutricional por su contenido de calcio, magnesio, hierro y vitaminas A y C, además es una fuente de proteína y fibra, se lo recomienda para prevenir o curar enfermedades como la osteoporosis, diabetes, hipertensión arterial, insuficiencia renal, entre otras dolencias. En las comunidades indígenas del cantón Cotacachi se está reinsertando desde hace cuatro años la producción y cultivo de amaranto, proyecto asistido técnicamente por la ONG Oxfam de Italia.

La combinación del amaranto con la guayaba no solo proporciona un agradable sabor, sino también una mezcla de los beneficios propios de ambos ingredientes. Actualmente el ritmo de vida acelerado de las personas, las obliga a consumir bebidas que se ofertan en sitios como tiendas y supermercados, lo cual es perjudicial para su salud, debido a que el mercado se encuentra saturado de productos de esta clase hechos a base de químicos y elementos artificiales. Luego de observar lo antes expuesto, el proyecto propone la elaboración de una bebida hecha a base de ingredientes naturales como son el amaranto y la guayaba. Entre los consumidores existe la tendencia hacia un estilo de vida saludable, lo que contribuirá a fortalecer la ventaja competitiva al introducir un nuevo producto que se ajuste a sus necesidades en el mercado actual

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional, que permita conocer el ambiente en el que se desarrollará la microempresa, y así construir la matriz AOOR.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos geográficos de la ciudad de Ibarra.
- Determinar las características socio-económicas de la población sujeta de estudio.
- Analizar las formas de cultivo del amaranto y la guayaba.
- Investigar en los diferentes locales comerciales el tipo de jugos que se ofertan actualmente.

1.3. Variables diagnósticas

1.3.1. Identificación de variables

- Aspectos geográficos y demográficos.
- Características socio-económicas.
- Oferta actual
- Formas de cultivo

1.4. Indicadores o sub-aspectos

Aspectos geográficos

- Ubicación geográfica.
- División política
- Clima

Características socio-económicas

- Nivel de educación
- P.E.A.
- Actividades económicas

Formas de cultivo

- Generalidades del amaranto.
- Áreas de cultivo de amaranto
- Generalidades de la guayaba.
- Áreas de cultivo de guayaba.

Oferta Actual

- Calidad
- Precio
- Sabores
- Oferta
- Demanda

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	POBLACIÓN OBJETO
Identificar los aspectos geográficos y demográficos de la ciudad de Ibarra.	Aspectos geográficos	-Ubicación geográfica. -División política. -Clima.	Secundaria	Investigación bibliográfica.	GAD Ibarra. INEC
Determinar las características socio-económicas de la población sujeta al estudio.	Características socio-económicas.	-Nivel de educación. -P.E.A. -Actividades económicas.	Secundaria.	Investigación bibliográfica.	INEC.
Analizar las formas de cultivo del amaranto y la guayaba.	Formas de cultivo.	-Generalidades del amaranto. -Áreas de cultivo del amaranto -Generalidades de la guayaba. -Áreas de cultivo de la guayaba.	Secundaria.	Investigación bibliográfica.	INIAP
Investigar en los diferentes locales comerciales el tipo de jugos que se ofertan actualmente.	Oferta actual	-Calidad. -Precio. -Sabores -Oferta. -Demanda.	Primaria	Encuesta	Propietarios de tiendas de abarrotes en la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: La autora
Año: 2016

1.6. Mecánica operativa

1.6.1. Técnicas e instrumentos

La información necesaria para realizar el presente diagnóstico situacional fue conseguida mediante una investigación de campo, realizada a través de una encuesta dirigida a los propietarios de tiendas de abarrotes de la ciudad de Ibarra; así como también se obtuvo

información mediante una investigación bibliográfica y documental, obtenida en las instituciones públicas pertinentes.

1.7. Desarrollo de las variables e indicadores

1.7.1. Ubicación geográfica

Gráfico N° 1

Ubicación geográfica del cantón Ibarra



Fuente: SENPLADES 2011
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El cantón Ibarra se encuentra situado en la zona norte de la región Sierra, específicamente en la provincia de Imbabura, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, el este con el cantón Pimampiro y al oeste con la provincia de Esmeraldas y los cantones Urququí, Antonio Ante y Otavalo; cuenta con una extensión total de 1.162,22 km², y representa el 1,70% del territorio ecuatoriano.

1.7.2. División política

Gráfico N° 2

División política del cantón Ibarra



Fuente: Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013

Elaborado por: La autora

Año: 2016

El cantón Ibarra cuenta con una superficie total de 1.162,22 Km², de los cuales 41,68 Km² son ocupados por zona urbana, que se compone por las parroquias: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca, Priorato; mientras que los otros 1.120,53 Km² restantes, pertenecen al sector rural conformado por las parroquias: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Amboquí, Salinas, La Carolina y Lita

1.7.3. Clima

Gráfico N° 3

Clima del cantón Ibarra



Fuente: Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Una de las particularidades del cantón Ibarra es su gran variedad de climas debido a su privilegiada ubicación, estos varían desde el clima frío en sectores altos como las parroquias de Angochagua y La Esperanza, ubicadas a las faldas del volcán Imbabura, avanzando hacia el sector urbano encontramos un clima templado y agradable, las parroquias Ambuquí y Salinas cuentan con un clima tropical seco, mientras que el sector de Lita y La Carolina que al encontrarse limitando con la Región Costa poseen un clima cálido húmedo. La ciudad de Ibarra por su parte posee una temperatura promedio que oscila entre los 8°C hasta 28°C, tienen un clima seco templado.

1.7.4. Nivel de educación

Cuadro N° 2

Características educacionales del cantón Ibarra

NIVEL DE EDUCACIÓN	URBANO	RURAL	TOTAL	%
Ninguno	2.732	738	3.470	2,73
Centro de alfabetización	281	83	364	0,29
Preescolar	1.249	64	1.313	1,03
Primario	38.603	3.178	41.781	32,85
Secundario	28.985	901	29.886	23,50
Educación Básica	8.343	1.237	9.580	7,53
Bachillerato Educación Media	9.429	222	9.651	7,59
Ciclo pos bachillerato	1.090	55	1.145	0,90
Superior	25.772	236	26.008	20,45
Posgrado	1.899	7	1.906	1,50
Se ignora	1.822	261	2.083	1,64
TOTAL	120.205	6.982	127.187	100

Fuente: Censo, población y vivienda 2010-INEC, 2010

Elaborado por: La autora,

Año: 2016

Como se observa en el cuadro anterior la mayoría de la población ha completado su instrucción primaria, seguidos por la secundaria y el nivel superior, lo que demuestra un claro interés por parte de los habitantes del cantón en mejorar su nivel de educación, lo cual es muy

importante para el desarrollo económico y social del sector. En los últimos años la educación ha pasado a ser una de las prioridades del Gobierno, por lo que se ha implementado la gratuidad, especialmente en las instituciones de nivel superior, las que años anteriores eran de difícil acceso para la población de escasos recursos, lo que ocasionaba que la mayor parte de pobladores especialmente del sector rural cumplan su educación solamente hasta la instrucción secundaria, y en muchas casos solo hasta la primaria.

1.7.5. PEA del cantón Ibarra

Cuadro N° 3

PEA del cantón Ibarra

PARROQUIA	PEA									
	PEA TOTAL		Sector Primario		Sector Secundario		Sector Terciario		Otros	
	# de casos	% de casos	# de casos	% de casos	# de casos	% de casos	# de casos	% de casos	# de casos	% de casos
Ambuquí	2.239	2,8	897	40,66	126	5,8	737	32,9	476	21,3
Angochagua	1.182	1,5	483	40,86	273	23,1	184	15,6	242	20,5
Carolina	1.061	1,3	833	78,51	29	2,7	88	8,3	111	10,5
Ibarra	63.984	79,34	4.637	7,25	11.474	17,9	41.452	64,8	6.421	10
La Esperanza	2.759	3,4	378	13,7	1.014	36,8	968	35,1	399	14,5
Lita	1.206	1,5	807	66,92	66	5,5	180	14,9	153	12,7
Salinas	717	0,9	346	48,26	53	7,4	221	30,8	97	13,5
San Antonio	721	9,3	986	13,11	2.592	34,5	3.025	40,2	918	12,2
CANTONAL	80.669	100	9.367	11,61	15.630	19,38	46.855	58,1	8.817	10,9

Fuente: GAD Ibarra, 2015
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los datos muestran que la mayoría de los habitantes del cantón Ibarra que componen la población económicamente activa y se encuentran establecidos en el sector urbano y la parroquia San Antonio se dedican a actividades correspondientes al sector terciario, es decir a la prestación de servicios, mientras que la población que se ubica en las parroquias Ambuquí, Angochagua, La Carolina, Lita y Salinas se dedican a actividades propias del sector primario,

que supone labores agropecuarias, y en el caso único de la parroquia La Esperanza en la cual su población se dedica mayoritariamente al sector secundario correspondiente a las industrias.

1.7.6. Actividades económicas

Cuadro N° 4

PEA por rama de actividad del cantón Ibarra

SECTOR AGROPECUARIO		
Actividad	P.E.A	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	9.367	11,6
SUBTOTAL	9.367	11,6
SECTOR INDUSTRIAS		
Industrias manufactureras.	9.929	12,31
Construcción.	4.920	6,10
Explotación de minas y canteras	192	0,24
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	319	0,40
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de derechos.	270	0,33
SUBTOTAL	15.630	19,38
SECTOR SERVICIOS		
Comercio al por mayor y menor.	16.571	20,54
Actividades de alojamiento y servicio de comidas.	3.213	3,98
Administración pública y defensa.	4.453	5,52
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	1.336	1,66
Enseñanza.	5.207	6,45
Actividades de la atención de la salud humana.	2.277	2,82
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	1.744	2,16
Actividades de los hogares como empleadores.	2.889	3,58
Actividades financieras y de seguros.	898	1,11
Actividades inmobiliarias.	95	0,12
Artes, entretenimiento y recreación.	506	0,63
Información y comunicación.	1.326	1,64
Trasporte y almacenamiento.	4.724	5,86
Otras actividades de servicios.	1.564	1,94
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	52	0,06

SUBTOTAL	46.855	58,02
OTROS		
No declarado	6.086	7,54
Trabajador nuevo	2.731	3,39
SUBTOTAL	8.817	10,93
TOTAL	80.669	99,9

Fuente: Censo INEC 2010
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

En el cuadro anterior se observa que el sector que predomina es el terciario, lo cual nos hace entender que la mayoría de pobladores de Ibarra se dedica a la prestación de servicios, ya que el cantón cuenta con un gran número de establecimientos, entre los que se puede destacar a las actividades ligadas al comercio al por mayor y menor.

1.7.7. Generalidades del amaranto

Gráfico N° 4

Planta de amaranto



Fuente: Google
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

El amaranto es un cereal andino cuya planta es parecida a la de la quinua debido a su color, la planta es de origen azteca, pero su producción se amplió en la antigüedad a toda la región andina de América.

Cuadro N° 5**Ficha técnica del amaranto**

Nombre científico	Amaranthus caudatus L.
Zona de cultivo	Valles de la sierra (libres de heladas).
Altitud	2000 a 2800m.
Lluvia	300 a 600mm de precipitación en el ciclo.
Temperatura	15°C.
Suelo	Franco, con buen drenaje y contenido de materia orgánica.
Ciclo de cultivo	150 a 180 días
Producción	Se produce de enero a diciembre, 9 quintales por hectárea y peso entre 6 a 8 kilos.
Cosecha	Dos cosechas al año.

Fuente: INIAP, 2014
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

El balance de aminoácidos en el amaranto, está cercano al requerido para la nutrición humana, además posee un alto contenido de proteínas, calcio, ácido fólico y vitamina C.

Cuadro N° 6**Composición química de la semilla de amaranto por cada 100g.**

Característica	Contenido
Proteína (g)	12 - 19
Carbohidratos (g)	71,8
Lípidos (g)	6,1 - 8,1
Fibra (g)	3,5 - 5,0
Cenizas (g)	3,0 - 3,3
Energía (kcal)	391
Calcio (mg)	130 - 164
Fósforo (mg)	530
Potasio (mg)	800
Vitamina C (mg)	1,5

Fuente: INIAP, 2012
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

El amaranto puede competir con una amplia variedad de cereales, debido a que es una fuente de abundante lisina, aminoácido esencial que está en baja proporción en otros cereales.

Cuadro N° 7

Comparación del contenido de proteína del amaranto con los principales cereales

CULTIVO	PROTEINA
Amaranto	13,6 - 18,0
Cebada	9,5 – 17,0
Maíz	9,4 – 14,2
Arroz	7,5
Trigo	14,0 – 17,0
Centeno	9,4 – 14,0

Fuente: INIAP, 2012
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El cuadro anterior muestra claramente los beneficios proteicos que contiene el amaranto con respecto a otras plantas de la misma especie.

1.7.8. Áreas de cultivo del amaranto

Gráfico N° 5

Cultivos de amaranto



Fuente: INIAP, 2012
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El Ecuador actualmente está promoviendo la reinserción del amaranto entre los sembríos tradicionales del país, por medio del INIAP (Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias), este proyecto ha sido de gran acogida por parte de los

habitantes de las comunidades donde se ha cultivado este cereal, que hasta hace unos años atrás se encontraba en riesgo de desaparecer. El INIAP en sus continuas investigaciones logró establecer las zonas aptas para la siembra de amaranto, en donde ya se han realizado las primeras cosechas de dicha planta.

Cuadro N° 8

Zonificación para el cultivo de amaranto

Categoría de Potencialidad	Zonificación agroecológica económica	Ubicación
Alta	En condiciones naturales corresponden a unidades agroecológicas de aptitud óptima para el cultivo. Con accesibilidad a infraestructura de apoyo a la producción de alta a mediana.	Pichincha 39% Imbabura 37,5% Chimborazo 16,8% Carchi 6%
Media	Con accesibilidad a las áreas de influencia agro-económicas y de apoyo a la producción alta, medias y bajas. Incluye a zonas agroecológicas óptimas, con accesibilidad baja o restringida a la infraestructura de apoyo a la producción. Es característico de áreas agroecológicas de aptitud moderada y que poseen mediana a alta accesibilidad a servicios e infraestructura de la producción. Representan unidades son adecuadas, y en mayoría ligeras a moderadas limitaciones para el cultivo.	Loja 21% Imbabura 15% Tungurahua 24% Cotopaxi 21% Pichincha 8% Carchi 8%
Baja	Con accesibilidad a infraestructura de apoyo a la producción: altas, medias y bajas. Incluyen zonas agroecológicas de aptitud moderada, con accesibilidad baja o restringida a la infraestructura de apoyo a la producción. Son comunes de áreas agroecológicas de aptitud marginal para el cultivo que poseen mediana a alta accesibilidad a servicios e infraestructura de la producción. Comprenden unidades con ligeras a moderadas y en mayoría con fuertes limitaciones para el cultivo.	Azuay 6,75% Pichincha 34% Imbabura 22% Loja 10% Carchi 8% Tungurahua 6% Chimborazo 4%
Sin	Sin infraestructura de apoyo a la producción. Incluyen a zonas agroecológicas de aptitud marginal y no aptas con restringida o nula accesibilidad a servicios e infraestructuras de apoyo a la producción. Unidades con fuertes a severas limitaciones para el cultivo.	Resto del país.

Fuente: INIAP, 2012
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Como se detalla en el cuadro anterior las provincias que se encuentran en la categoría de potencialidad alta, corresponden a aquellas áreas donde las condiciones del suelo, relieve y clima presentan las mejores características para el cultivo de amaranto.

1.7.9. Generalidades de la guayaba

Gráfico N° 6

Planta de guayaba



Fuente: Google
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La guayaba es una fruta semiácida que se cultiva específicamente en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, México, Costa Rica y Puerto Rico, su arbusto llega a alcanzar de 5 a 6 metros de altura, el tallo es de color café y sus hojas cortas y lineales, su fruta es redonda, mide de 3 a 10 cm de diámetro, tiene la corteza delgada y delicada.

Cuadro N° 9**Valor nutricional por cada 100g.**

Característica	Contenido
Carbohidratos	14,32 g
Fibra alimentaria	5,4 g
Grasas	0,95 g
Proteínas	2,55 g
Vitamina B1	0,067 mg
Vitamina B2	0,04 mg
Vitamina B3	1,084mg
Ácido panoténico	0,451 mg
Vitamina B6	0,11 mg
Vitamina C	228,3 mg
Vitamina K	2.2 mg
Calcio	18 mg
Hierro	0,26 mg
Magnesio	22 mg
Fósforo	40 mg
Potasio	417 mg
Sodio	2 mg
Zinc	0,23 mg

Fuente: INIAP, 2012
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

Según estudios, por cada 100 gramos de guayaba, hay aproximadamente 0,5 gramos de sustancias antioxidantes, proporción tres veces mayor al de otras frutas.

1.7.10. Áreas de cultivo de guayaba

Gráfico N° 7

Cultivos de guayaba



Fuente: INIAP, 2014
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La guayaba es una fruta tropical que contiene un alto nivel de agua, es por eso que requiere de ciertas condiciones para su siembra.

Cuadro N° 10

Requerimientos para el cultivo de guayaba

Clima	Las zonas subtropicales son ideales para el cultivo de guayaba
Altitud	2600 a 3500 msnm
Temperatura	De 7 a 14°C
Precipitación	700mm a 1000mm durante el ciclo
Suelo	Materia orgánica (mayor de 5%), francos, arcilloso, buen drenaje
Ph	5,5 a 7,5
Zonas de cultivo	Orellana, Pastaza, Pichincha, Esmeraldas, Zamora Chinchipe, Tungurahua
Producción	Se produce de enero a diciembre, 200 hectáreas correspondiente a 35 toneladas.
Cosecha	Tres cosechas al año.

Fuente: INIAP, 2014

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Si bien es cierto Imbabura, no es una de las principales provincias productoras de guayaba, dentro de su territorio esta fruta es cosechada en los lugares donde se encuentra un clima y suelo aptos para su cultivo, como es el caso de la parroquia La Carolina, ubicada en el cantón Ibarra.

1.7.11. Oferta actual

Para identificar la oferta actual y los hábitos de consumo de la población ibarreña respecto a productos similares, se aplicó una encuesta.

1.8. Mecánica operativa

1.8.1. Identificación de la población

La población sujeto de la presente investigación son todas las tiendas y abastos ubicados en ciudad de Ibarra (Ver Anexo 1y 2)

Cuadro N° 11

Tiendas y Abastos en la ciudad de Ibarra

Detalle	Cantidad
Tiendas	1.265
Abastos	119
Total	1.384

Fuente: GAD Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para determinar la muestra se tomó en consideración el total de tiendas y abastos situados en la ciudad de Ibarra.

1.8.2. Cálculo de la muestra

Con el total obtenido de la población sujeta de estudio se procederá al cálculo de la muestra, por medio de la siguiente fórmula.

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

n = Muestra

N = Población a investigar

e = error (5%)

Z = Nivel de confianza (1,96)

Q = Desviación estándar

Reemplazando:

$$n = \frac{1.384(1,96)^2(0,25)}{(1.384 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{1.329,19}{3,46 + 0,96}$$

$$n = \frac{1.329,19}{4,42}$$

$$n = 301$$

1.8.3. Técnicas e instrumentos

Las fuentes de donde se obtuvieron los datos son de carácter primario y fueron obtenidas mediante la aplicación de una adecuada investigación de campo.

1.8.4. Información primaria

La información fue obtenida por medio de la aplicación de una encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, los mismos que aportaron con datos importantes acerca de la compra y venta de jugos envasados.

1.9. Tabulación y análisis de la información

El siguiente cuestionario se aplicó con la finalidad de obtener datos acerca de los gustos y preferencias de los ibarreños con respecto a bebidas envasadas.

1.9.1 Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo conocer las condiciones de comercialización de bebidas envasadas, distribuidas en tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra

PREGUNTA N° 1

Señale su tipo de establecimiento comercial.

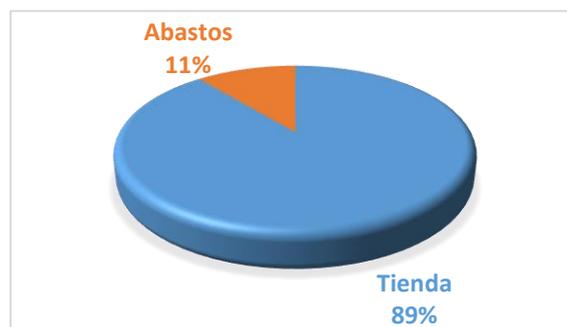
Cuadro N° 12***Tipos de establecimientos comerciales***

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Tienda	268	89
Abastos	33	11
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 8***Tipos de establecimientos comerciales***

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

De acuerdo con los datos recopilados, se observa que el número de tiendas supera por un gran porcentaje al número de abastos existentes en la ciudad de Ibarra, por lo que se considera que este tipo de locales comerciales tienen más concurrencia por parte de la ciudadanía para adquirir productos que sean de su necesidad.

PREGUNTA N° 2

¿Cuál es el tipo de bebida que prefieren los consumidores?

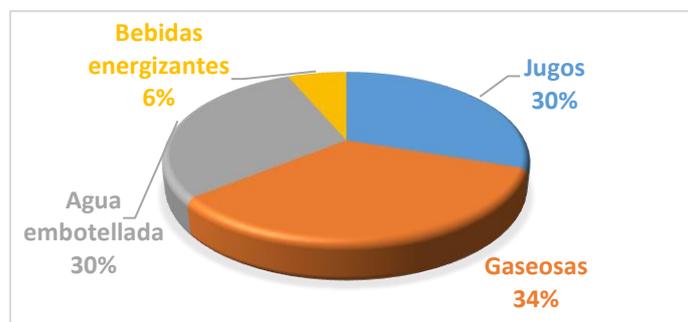
Cuadro N° 13***Tipos de bebidas en el mercado***

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Jugos	91	30
Gaseosas	102	34
Agua embotellada	89	30
Bebidas energizantes	19	6
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 9***Tipos de bebidas en el mercado***

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

El tipo de bebida más demandado son las gaseosas, sin embargo los jugos y el agua embotellada se acercan al porcentaje obtenido por dichos productos, lo que nos muestra que el mercado cuenta con una amplia gama de bebidas, las cuales tienen la aceptación de los consumidores.

PREGUNTA N° 3

¿Con que frecuencia vende jugos envasados?

Cuadro N° 14**Frecuencia de ventas**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Diaria	298	99
Semanal	3	1
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Anual	0	0
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 10**Frecuencia de ventas**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Como se puede evidenciar, los jugos envasados son adquiridos con una frecuencia diaria, lo cual indica que son productos bastante solicitados en el mercado, lo que facilita la inserción de nuevos e innovadores productos de este tipo.

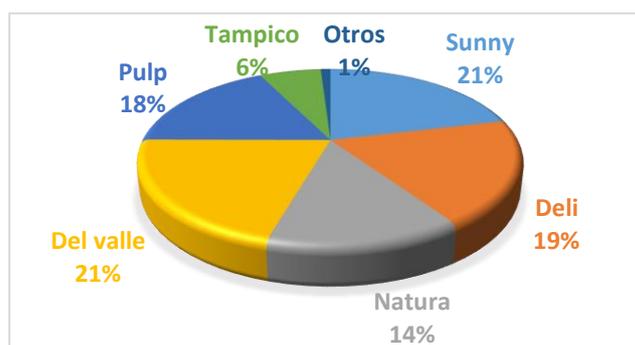
PREGUNTA N° 4

¿Cuál es la marca de jugos preferida por los clientes?

Cuadro N° 15**Oferta actual de jugos envasados**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Sunny	64	21
Deli	58	19
Natura	42	14
Del Valle	62	21
Pulp	53	18
Tampico	19	6
Otros	3	1
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Gráfico N° 11**Oferta actual de jugos envasados**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis:

Existe una amplia gama de jugos envasados, entre los cuales se puede destacar la preferencia de los consumidores por adquirir Jugos Sunny, Del Valle y Deli.

PREGUNTA 5

¿Cuál es el sabor de jugo más solicitado por los consumidores?

Cuadro N° 16

Preferencias de los consumidores

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Naranja	79	26
Durazno	68	23
Mora	52	17
Manzana	16	5
Mango	46	15
Tropical punch	40	13
TOTAL	301	100

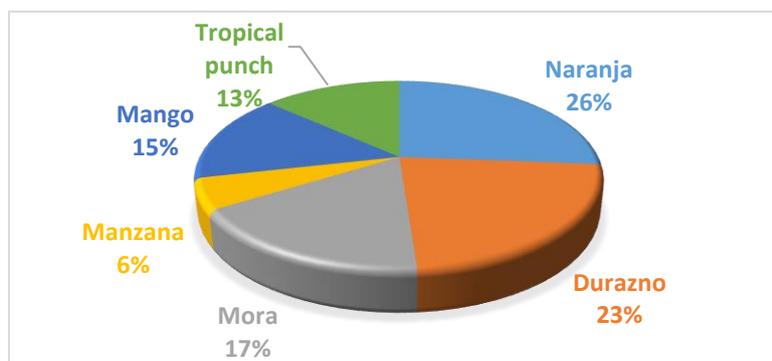
Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 12

Preferencias de los consumidores



Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Entre los sabores más solicitados se encuentran el de naranja y durazno, siendo estos los más accesibles en el mercado, ya que la mayoría de marcas de jugos envasados, se enfocan a elaborar jugos a base de estas frutas tradicionales.

PREGUNTA N° 6

¿Qué tamaño de envase es el que usted más vende?

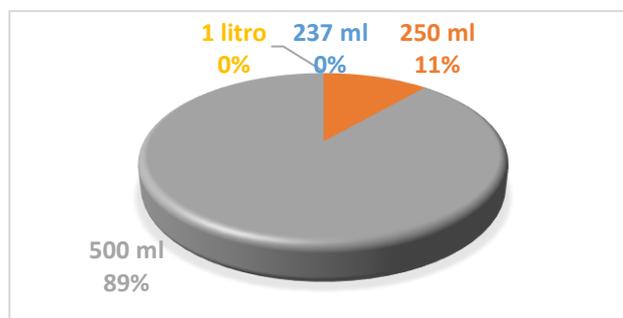
Cuadro N° 17**Presentación de la competencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
237 ml	0	0
250 ml	34	11
500 ml	267	89
1 litro	0	0
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 13**Presentación de la competencia**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

La presentación de 500ml es la más solicitada, mientras que la presentación de 250ml representa un mínimo porcentaje de consumo, mientras que las otras presentaciones no son aceptadas en el mercado, por lo que tienen un porcentaje nulo.

PREGUNTA N° 7

¿Cuántos envases de jugo aproximadamente vende usted a diario?

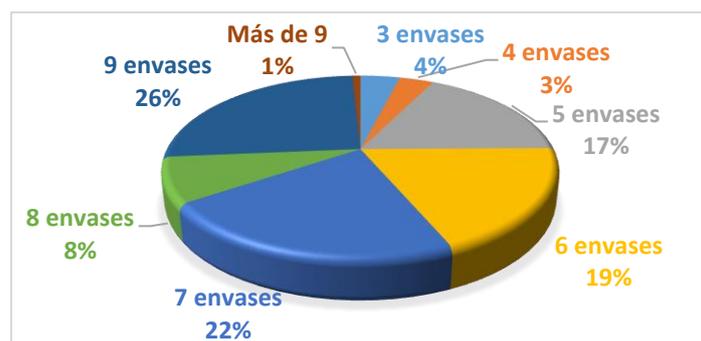
Cuadro N° 18**Volumen de ventas de la competencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
3 envases	15	4
4 envases	13	3
5 envases	67	17
6 envases	72	19
7 envases	84	22
8 envases	31	8
9 envases	98	26
Más de 9 envases	3	1
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 14**Volumen de ventas de la competencia**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Los datos permiten evidenciar que a diario se consumen de 8 a 10 envases de jugos, en los diferentes establecimientos comerciales de la ciudad de Ibarra.

PREGUNTA N° 8

¿Cuántos jugos envasados compra usted semanalmente (por marca)?

Cuadro N° 19**Forma de abastecimiento de la competencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
12 unidades	21	7
24 unidades	42	14
48 unidades	65	22
60 unidades	128	43
72 unidades	45	15
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 15**Forma de abastecimiento de la competencia**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Por lo general en los sitios donde se venden jugos envasados, estos se adquieren por docena, como se observa en el gráfico anterior la mayoría de estos locales adquieren semanalmente 60 unidades de los diferentes productos que se ofertan en el mercado

PREGUNTA N° 9

¿Ha observado un crecimiento en la venta de jugos envasados en los últimos años?

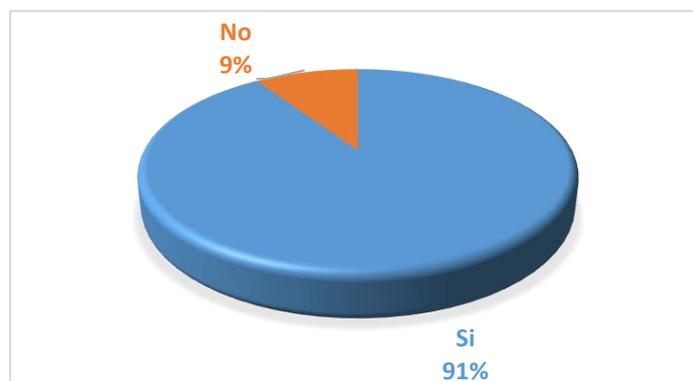
Cuadro N° 20**Incremento en las ventas de la competencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	273	91
No	28	9
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 16**Incremento en las ventas de la competencia**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Los datos obtenidos en esta pregunta son de gran importancia, debido a que permiten identificar que en los últimos años ha existido un crecimiento en la venta de jugos envasados, por lo que es factible la inserción de un producto similar y al a vez innovador, en el mercado seleccionado.

PREGUNTA N° 10

Luego de haber degustado el jugo de amaranto con guayaba. ¿Cree usted que esta bebida tenga aceptación entre sus clientes?

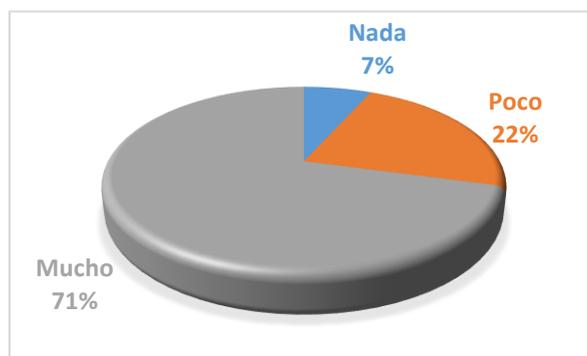
Cuadro N° 21**Posibilidad de introducción del producto en el mercado**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Nada	20	7
Poco	68	22
Mucho	213	71
TOTAL	301	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 17**Posibilidad de introducción del producto en el mercado**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

La encuesta arroja resultados positivos para el proyecto, ya que refleja una alta aceptación del producto, lo cual hace más fácil su inserción y posicionamiento en el mercado, al ser un producto con un sabor diferente y a la vez natural.

1.10. Matriz AOOD

Cuadro N° 22

Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Carteras de estado con planes enfocados al desarrollo agroindustrial. • Gobiernos locales con programas para el impulso de transformación de materias primas a productos terminados con un valor agregado. • ONG que impulsan el cultivo y la reinserción e industrialización de productos agrícolas de alto valor nutricional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés altas para la implementación de nuevos proyectos • Tasa de inflación que afecta el equilibrio en el mercado. • Inestabilidad política y legislativa • El mercado laboral muchas veces se encuentra con personas no calificadas para sus procesos. • Escasas líneas de crédito para nuevos emprendimientos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de impuestos en productos con alto contenido de azúcar y procesados artificialmente. • Nuevo enfoque de las políticas de estado con respecto al cambio de la matriz productiva y la creación de nuevas industrias. • Cambio de tendencia en los consumidores, que se esfuerzan por conseguir productos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la legislación en materia laboral, de procesos y controles. • Desaceleración económica debido a las condiciones del mercado y a la economía global. • Escaso control interno en todas los departamentos de la empresa • Falta de procesos administrativos y políticas internas. • Falta de planificación estratégica.

1.11. Determinación de la oportunidad de inversión

El amaranto y la guayaba son productos de origen natural, ambos son producidos en el territorio ecuatoriano, pero en diferentes sectores del mismo, brindándoles con su cultivo a las familias aledañas la capacidad de mejorar su economía.

El amaranto es un cereal propio de la Región andina de América del Sur, su consumo se ha ido perdiendo con el paso del tiempo, lo cual ha hecho que sus cultivos estén a punto de desaparecer, lo que es bastante lamentable, puesto que los beneficios nutricionales que esta planta posee, la hacen merecedora de estar por encima de otros cereales similares como el trigo y el maíz. Estudios realizados comprueban que el amaranto podría llegar a ser la planta más importante para el consumo humano, debido a que sus componentes brindan lo necesario para una salud óptima. Por estas y muchas razones más el gobierno ecuatoriano en conjunto con el INIAP han puesto en marcha un proyecto que propone la reinscripción de esta semilla en los cultivos de la sierra desde el año 2012. En la provincia de Imbabura se cultiva amaranto en el cantón Cotacachi, las comunidades donde se lo produce han palpado un crecimiento notable de la demanda de esta planta, logrando así que se mejoren los procesos de producción y su organización para cubrir dicha demanda, y por ende mejorando la cantidad de ingresos que reciben.

La guayaba por su parte es cultivada en las zonas subtropicales del Ecuador, por lo que se la puede encontrar en mayor cantidad en las regiones amazónicas y la costa, el cantón Ibarra al estar situado privilegiadamente tiene entre su territorio zonas que cumplen con los requerimientos para el cultivo de esta fruta como es el caso de la parroquia la Carolina, que está situada en límite del cantón con la provincia de Esmeraldas, he aquí la razón de su clima. La producción de guayaba en este sector es de gran escala, lamentablemente la organización para su venta es escasa, razón por la cual gran parte de su cosecha es desperdiciada, generando

también pérdidas económicas para los agricultores que en ocasiones se dedican exclusivamente a la siembra de este fruto.

La implementación del presente proyecto beneficiará directamente al sector agrícola, ya que esto los incentivaría a organizar mejor su producción, de esta manera se contribuirá positivamente a estas comunidades en aspectos económicos y sociales. Por lo que se concluye que es factible y necesaria la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

(Fontaine, 2010) Expresa lo siguiente:

“La factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.”

(p. 72).

De acuerdo con el autor el estudio de factibilidad tiene la finalidad de buscar objetivos donde la empresa pueda crecer y cumplir las metas trazadas, detalla actividades a seguir, las mismas que requieren de varios procesos para que su gestión logre el éxito deseado.

2.1.1. Recursos del estudio de factibilidad

(Fontaine, 2010) Presenta los siguientes objetivos para un estudio de factibilidad:

- *Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.*
- *Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.*
- *Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.*
- *Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.*
- *Aceleración en la recopilación de datos.*
- *Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.*
- *Automatización óptima de procedimientos manuales.*

Citando lo mencionado por el autor, los recursos son parte importante de un estudio de factibilidad, ya que por medio de ellos se puede conseguir los objetivos deseados, además permiten simplificar los procesos haciéndolos más eficaces y eficientes.

2.2. La empresa

(Zapata, 2011) Afirma:

“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.” (p.13)

Como conceptualización propia se enuncia que la empresa es un ente que realiza actividades económicas de intercambio de bienes o servicios con la finalidad de obtener lucro, orientada a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

2.2.1. Objetivo de la empresa

(Torres, 2010) Define:

“Las empresas son organizaciones creadas intencionalmente con el criterio de generar rentabilidad económica por sus actividades.”

Según lo expresado por el autor, las empresas fueron creadas con fines de lucro, tratando de generar una utilidad al final del periodo que sea satisfactoria para todos quienes realicen actividades dentro de ella.

2.2.2. Clasificación de la empresa

(Caldas, 2011) Clasifica a la empresa de la siguiente manera

Cuadro N° 23

Clasificación de la empresa

CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN	TIPOS	CARACTERISTICAS
Sector económico	Primario	Obtiene el producto directamente de la naturaleza.
	Secundario	Transforma materias primas en productos elaborados para que puedan ser usados por los consumidores.
	Terciario	Presta servicios a los consumidores.
N° de trabajadores	Microempresa	N° de trabajadores no superior a 10.
	Pyme	N° de trabajadores no superior a 50.
	Gran empresa	Más de 50 trabajadores.
Propiedad de la empresa	Privada	El capital pertenece a empresas particulares.
	Mixta	Cuentan con una parte del capital perteneciente al sector privado y otra al sector público.
	Pública	El capital social pertenece a las administraciones públicas.
Forma jurídica	Individual	El empresario es una persona física.
	Sociedad	El empresario es una persona jurídica.
Ámbito territorial	Local	Su mercado está limitado a una población y a sus límites.
	Regional	Tiene mercado en toda una región.
	Nacional	Se ha establecido en diversas provincias de un país.
	Internacional	Tiene relaciones comerciales con clientes y/o proveedores extranjeros.
	Multinacional	Desarrolla su actividad en diferentes países.
	Global	Su mercado abarca los cinco continentes.

Fuente: Empresa e iniciativa emprendedora.

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Tomando en cuenta la definición planteada por el autor, existen diferentes tipos de empresas, los cuales pueden ser clasificados de acuerdo a ciertos criterios que tienen en común cada categoría, por lo que existe una amplia diversidad de empresas con diferentes finalidades.

2.3. Microempresa

2.3.1. Definición

(Torres, 2010) Manifiesta:

“La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US \$20.000,00 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.” (p. 21)

Como menciona el autor la microempresa debe cumplir ciertos requisitos para reconocerla como tal, estas condiciones deben ajustarse a los requerimientos de capital y número de empleados que laboran en ella, otro aspecto a recalcar de este tipo de empresa, es que siempre nacen de un emprendimiento y se adaptan fácilmente al medio donde se desarrollan.

2.3.2. Importancia de la microempresa

(Mendez, 2009) Encontró:

“Las MIPYMES, como se denominan las micro, pequeñas y medianas empresas, han logrado un crecimiento de tal magnitud en las últimas décadas que hoy representan un sector estratégico para América Latina, tanto por sus aportes a la generación de empleo, como por sus potencialidades como dinamizadores de los ingresos de las clases sociales más vulnerables.”

(p. 11)

Según el autor, las microempresas en la actualidad juegan un papel muy importante, debido a que generan empleo, dinamizan la economía y son una fuente de ingresos para las personas que optan por la independencia económica mediante la MYPIMES.

2.3.3. Clasificación de la microempresa

(Bravo, 2010) Clasifica a la microempresa de la siguiente manera:

- **La microempresa de producción:** *Es la que transforma los materiales e insumos en bienes de consumo finales, termina con la venta del producto.*
- **La microempresa de comercio:** *Es el acercamiento de bienes al intermediario y al consumidor, compra y vende a un precio mayor para obtener ganancias.*
- **La microempresa de servicios:** *Atiende al cliente, sus necesidades biológicas, sentimentales, afectivas. (p.23)*

Como se puede observar, el autor menciona que la microempresa se puede clasificar de acuerdo al giro de negocio que realiza la entidad

2.4. Requisitos para establecer una microempresa

2.4.1. Requisitos para el registro de una microempresa

Según la Cámara Nacional de Microempresas, para registrar una microempresa toda persona natural o jurídica que constituya u opere una microempresa, debe estar registrada en las Cámaras Cantonales, Parroquiales o Comunes de Microempresas:

Microempresas Unipersonales

- Formulario de afiliación.
- Copia de cédula de ciudadanía.

Microempresas o entidades jurídicas

- Formulario de afiliación
- Copia de la constitución y la resolución del Organismo Público.

- Copia de los nombramientos de los directivos.
- Copia del RUC.

Estos requisitos son de suma importancia ya que al no contar con ellos, la microempresa no podrá ponerse en marcha.

2.4.2. Registros del gobierno central

Los registros que debe tener toda empresa que inicia sus operaciones son:

- **Registro Único de contribuyentes (RUC):** Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales o jurídicas que realicen alguna actividad económica. El trámite debe ser realizado en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.
- **Cédula Patronal:** La obtención de la misma debe ser realizada en Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para poder realizar los diferentes pagos de derechos laborales seguro médico y pensión.
- **Inscripción de trabajadores:** Debe realizarse en la Inspectoría de Trabajo perteneciente al Ministerio de Trabajo.

Los permisos antes enunciados son entregados por diferentes instituciones de carácter público, sin estos no se podrá poner en marcha las actividades micro empresariales.

2.4.3. Licencias del gobierno central

Las licencias otorgadas por el gobierno central para el funcionamiento de una microempresa son las siguientes:

- **Permiso sanitario:** Otorgado por el Ministerio de Salud Pública, dentro de este permiso existen requisitos que cambian de acuerdo al tipo de actividad empresarial.
- **Licencia ambiental:** Gestionada a través del Ministerio del Ambiente.

- **Permiso del cuerpo de bomberos:** Es la autorización que emite el cuerpo de bomberos a todo local para su funcionamiento.

Estas licencias son otorgadas por instituciones gubernamentales, cada requisito es entregado por una entidad en específico, por lo que es importante saber a dónde acudir para realizar cada trámite.

2.4.4. Licencias municipales

Estas licencias son emitidas por el Ilustre Municipio de Ibarra

- **Permiso sanitario de funcionamiento:** Es un documento otorgado por la autoridad de salud a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.
- **Patente municipal:** Es la contribución al municipio por parte de toda persona o empresa que realice actividades con fines de lucro. La diligencia se realiza en las oficinas del municipio correspondiente a la localidad.

Este tipo de licencias son otorgadas por los gobiernos autónomos descentralizados pertenecientes a cada ciudad del país, sin estos trámites es imposible la constitución de una microempresa.

2.5. Formas de constitución empresarial

Existen dos formas de organización de las empresas y son:

2.5.1. Persona natural

El Servicio de Renta Internas del Ecuador (2016) pone a conocimiento público en su sitio web la siguiente información:

“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica”

(Servicio de Rentas Internas, 2016)

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas, son consideradas personas naturales todas aquellas personas que realicen actividades con fines de lucro dentro del territorio ecuatoriano, las mismas que deberán cumplir los requisitos antes enunciados para dar inicio a sus actividades.

2.5.2. Personas jurídicas

En el sitio web del Servicio de Rentas Internas de Ecuador se puede encontrar la siguiente información:

“Las sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación. Las sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas las transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme al noveno dígito del RUC.”

(Servicio de Rentas Internas, 2016)

El Servicio de Renta Internas da a conocer en su página web, que son consideradas personas jurídicas todas las sociedades o empresas que cuenten con una figura legal propia.

2.6. Producción

(Rojas, 2013) Señala:

“Producción es la transformación de insumos de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios.”
(p.21)

Con lo manifestado por el autor, la producción se detalla como la transformación de bienes o servicios para la satisfacción de las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores finales.

2.7. Comercialización

(Baca, 2010) Indica:

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.” (p.38)

La comercialización se define por el autor como una actividad cuya finalidad es poner a disposición de los clientes o consumidores los productos o servicios elaborados para satisfacer ciertas necesidades.

2.8. El Amaranto

2.8.1. Definición

(INIAP, 2010) Define:

“Es una planta de origen andino, que en Ecuador tradicionalmente se conoce con el nombre de ataco, sangorache o sangoracha cuya planta es de color rojo a morado que produce semillas de color negro.” (p.2)

Gráfico N° 18

Amaranto



Fuente: INIAP
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El amaranto como el autor lo indica, es una planta propia de la región sierra del Ecuador donde es cultivada y conocida como ataco.

2.8.1. Historia

(Peralta, 2012) Describe:

“Históricamente, el origen o domesticación del amaranto se ha ubicado en Centro y Norteamérica (Guatemala y México) y Sudamérica (Ecuador, Perú y Bolivia). Junto con el maíz y el fréjol, el amaranto fue uno de los principales productos para la alimentación de las culturas precolombinas de América. Para los mayas, aztecas e incas, el amaranto fue la principal fuente de proteínas y se consumía como hortaliza y grano reventado. Además, estuvo asociado a los ritos religiosos; a los dioses y a la visión cósmica de estas culturas.” (p.4)

De acuerdo con lo expresado por el autor, el amaranto es una planta utilizada desde la época de los incas, lo cual la hace tradicional dentro de las culturas propiamente ecuatorianas, como es conocimiento público, las culturas indígenas de la antigüedad, utilizaban plantas que tengan la capacidad de brindar energía al cuerpo y de esta forma lo mantenga sano y activo para realizar las labores de campo que dichas culturas realizaban.

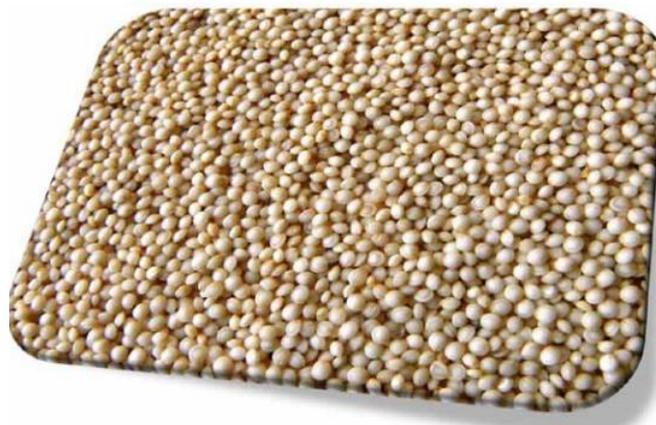
2.8.2. Características del amaranto

(Mazón, y otros, 2012) Presentan:

“El amaranto (variedad INIAP Alegría), es una planta de raíz pivotante, con numerosas raíces secundarias y terciarias, muchas raíces laterales. El tallo es redondo, cilíndrico, de color verde a la floración y verde claro con rosado a la cosecha, y puede llegar hasta 1,8 m de largo. Las hojas son de forma romboidal, lisas, con poca pubescencia, de nervaduras gruesas, de color verde claro cuando son jóvenes y verde amarillento a la madurez. Llegan a medir hasta 20 cm de largo por 8 cm de ancho en la parte basal. La inflorescencia o panoja terminal o axilar, muy vistosa, erecta o decumbente de color morado o púrpura intenso. Las flores son unisexuales, las flores masculinas tienen cinco estambres de color amarillo. La semilla o grano de variedad blanco amarillento, es menos dura al moler y revienta fácilmente al entrar en contacto con alta temperatura. LA cosecha se realiza entre 140 a 160 días.” (p. 4)

Gráfico N° 19

Semilla de amaranto



Fuente: INIAP, 2012
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Las características antes mencionadas por el autor, hacen del amaranto una planta única cuyo grano es utilizado actualmente en la alimentación diaria de las familias ecuatorianas, proporcionándoles todos los beneficios contenidos en ella.

2.8.3. Propiedades nutricionales

(INIAP, 2010) Expone:

“El amaranto es un producto de origen vegetal más completo, es una de las fuentes más importantes de proteínas, minerales y vitaminas naturales: A, B, C, B1, B2, B3; además de ácido fólico, niacina, calcio, hierro y fósforo. Es uno de los alimentos con altísima presencia de aminoácidos como la lisina. En investigaciones realizadas por la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos en 1975, para conocer los recursos vegetales poco explotados pero con gran potencial, demostró que el amaranto es uno de los 36 cultivos más prometedores del mundo, por esta razón, la misma Academia lo describió como el mejor alimento de origen vegetal para el consumo humano.” (p. 6)

Como se mencionó en la cita anterior, el amaranto posee muchos beneficios nutricionales que ninguna otra planta posee, por esta razón se ha hecho acreedor al título de mejor alimento para el consumo humano.

2.8.4. Propiedades medicinales

(INIAP, 2010) Expresa:

“La asociación mexicana de Amaranto, investigadores de la Universidad Autónoma de México y otros investigadores a través de sus páginas web, están recomendando el uso de amaranto para prevenir y ayudar a curar infecciones como la osteoporosis, diabetes, obesidad, hipertensión arterial, estreñimiento, diverticulosis, insuficiencia renal crónica, insuficiencia hepática, entre otros.” (p.7)

Mencionado lo descrito por el autor, el amaranto además de poseer beneficios nutricionales, tiene la capacidad de aliviar diferentes males, debido a esto el amaranto es recomendado en el consumo diario.

2.8.5. Composición química

(Peralta, 2012) Menciona:

“El amaranto posee un alto contenido proteico, aproximadamente 17%. La semilla de amaranto compete bien con variedades convencionales de trigo que contiene de 12 a 14% de proteína, con el arroz que contiene de 7 a 10%, con el maíz que contiene de 9 a 10% de proteínas y con otros cereales de gran consumo.” (p.23)

Cuadro N° 24**Composición química**

CONTENIDO	UNIDAD	GRANO
Proteína	%	15,5
Cenizas	%	3,06
Grasa	%	8,78
Fibra bruta	%	4,7
Carbohidratos	%	68,41
Calcio	%	0,09
Fósforo	%	0,74
Magnesio	%	0,29
Sodio	%	0,02
Potasio	%	0,54
Hierro	Ppm	71
Manganeso	Ppm	24
Zinc	Ppm	30
Cobre	Ppm	7

Fuente: INIAP
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

Según lo descrito por el autor, se puede mencionar que el amaranto es una planta que se compone de varios nutrientes que son esenciales para la salud del cuerpo humano, por lo tanto su consumo es altamente beneficioso.

2.8.6. El amaranto en el Ecuador

(Peralta, 2012) Muestra:

“En el año 2009 se dictó el curso taller sobre la importancia de los granos andinos en la alimentación, para promotoras rurales y urbanas, responsables del cuidado y alimentación de niños del cantón Biblián (Cañar). En el mismo año la empresa NESTLÉ con el apoyo del Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos del INIAP, publican un recetario titulado Nutrir para un Ecuador mejor nutrido, en el que incluye recetas en base a amaranto. Por su parte en Cotacachi, Imbabura, se comienza con la inserción de estos cultivos.” (p.28)

Gráfico N° 20

Taller “Importancia de los granos andinos en la alimentación



Fuente: INIAP
Elaborado por: La autora
Año: 2016

De acuerdo con lo mostrado por el autor, podemos concluir diciendo que el Ecuador es uno de los principales países donde se han realizados proyectos y congresos cuya finalidad es el recate del consumo de amaranto, lo cual traerá beneficios económicos y sociales para quienes lo cultivan; y nutricionales para quienes lo consumo.

2.8.7. Usos tradicionales del amaranto

(Mazón, y otros, 2012) Señalan:

- **La jaucha.-** Muchas especies de amaranto fueron cultivadas para consumir sus hojas, algunas de estas especies son malas hierbas como los bledos o semicultivadas como el ataco. Mujeres afroecuatorianas de La Concepción (Carchi) informaron que en décadas pasadas preparaban con las hojas del bledo un plato llamado jaucha
- **Draque.-** Bebida con aguardiente, azúcar, canela, limón y colorante extraído de la panoja del amaranto, bebida costumbrista en los pueblos serranos de Cañar y Azuay. (p.8)

El amaranto ha sido utilizado según el autor, para generar tanto el plato como la bebida antes mencionados, ambos tradicionales en la zona donde se los elabora.

Gráfico N° 21

Usos tradicionales del amaranto



Fuente: Manual de granos andinos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.8.8. Industrialización del amaranto

(Peralta, 2012) Indica:

“Alguna empresas como Gramolino, Randimpak, Fortesan, Hacienda Collas, presentan productos elaborados de grano negro y blanco como harinas, hojuelas, grano entero, barras de cereal, y más. En el 2012, estos productos ingresan a las cadenas de supermercados y micro mercados del país.” (p.34)

Gráfico N° 22

Productos a base de amaranto



Fuente: El amaranto en Ecuador, Estado y arte
Elaborado por: La autora
Año: 2016

De acuerdo con la información brindada por el autor, podemos conocer los diferentes tipos de productos derivados de la guayaba, los cuales además de poseer un delicioso sabor, son una fuente de todos los beneficios propios de la fruta.

2.9. La guayaba

2.9.1. Origen

(Alvarez, 2011) Supo manifestar:

“Planta originaria de Centroamérica, común en las áreas calientes de América tropical. Se reporta en las Indias occidentales desde 1526, fue introducida a La Florida en 1847 y antes de 1886 ya era común en más de la mitad de ese estado. Los colonizadores españoles y portugueses la llevaron a Guam y a las Indias Orientales. Pronto fue adoptado como cultivo de Asia y en las zonas calientes de África, se cree que de Egipto paso s Palestina, Argelia y a la costa mediterránea de Francia.” (p.52)

Gráfico N° 23

Fruta de la guayaba



Fuente: Google
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La guayaba de acuerdo con lo mencionado por el autor, es una planta cuyo origen es Centroamérica, por lo general se cultiva en zonas donde el clima sea tropical.

2.9.2 Usos

(Sancho & Baraona, 2012) Detallan lo siguiente:

“La guayaba es consumida como fruta fresca, pero su mayor importancia reside en la utilización para la elaboración de jalea, pasta, conserva, puré, base para refrescos y vino, muy apetecidos en toda América Latina.” (p.60)

Luego de observar lo detallado por el autor se puede concluir en que la guayaba por su exquisito sabor es consumida directamente en su estado natural, sin embargo es el ingrediente principal de muchos otros productos.

2.9.3. Características

(Alvarez, 2011) Describe:

“Es un fruto pequeño, de tamaño de similar a una ciruela, de aspecto sencillo, forma ovalada y color amarillento al madurar. Su pulpa es blanco-amarillenta. De textura esponjosa, la carne está salpicada de numerosas semillas pequeñas. Tiene un sabor muy dulce, ligeramente ácido y punzante. Es muy aromático cuando está maduro, con sugestivo y penetrante perfume.”

De acuerdo con lo descrito por el autor, la guayaba es un fruto que proviene de un árbol, tiene un agradable sabor y es consumida en varios países de América del Sur, en especial Colombia, Brasil y Ecuador.

2.9.3. Tipos de guayaba

(Geilfus, 2011). Clasificó a los tipos de guayaba de la siguiente manera:

Cuadro N° 25**Tipos de guayaba**

TIPO	NOMBRE CIENTÍFICO	ORIGEN	DESCRIPCIÓN	USOS
Guayaba fresa	Psidium cattieianum	Brasil	Tienen 3cm de diámetro, con una envoltura gorda; son rojos o amarillos, redondos o alargados según la variedad. Es considerada por muchos como la mejor guayaba.	Tiene un sabor a fresa, se usan crudas en dulce, helados o batidas con leche, así como también son usadas en la preparación de vino.
El Cas o Guayaba de Costa Rica	Psidium Friedrichsthalianum	Costa Rica	Fruto de 3 a 6cm de diámetro, amarillo; con una areola en el sitio donde estaba el cáliz.	El fruto es ácido, se usa principalmente para preparar jugos, también jaleas, mermeladas y tortas
La guayaba de Brasil	Psidium guinesse	Brasil	Frutos pequeños de 1 a 2,5cm, de color verde amarillento.	De sabor agrio, se utilizan en mermeladas y jugos.
El Guisaro	Psidium molle	Brasil	Frutos de 2,5cm de color amarillo, su sabor es ácido y algo parecido a la fresa.	Es usada en la elaboración de mermelada.
El Pichiche	Psidium sartorianum	México	Frutos pequeños de 1,5cm de diámetro.	Se usa en jaleas, helados y mermeladas.

Fuente: El árbol, al servicio del agricultor
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

El cuadro realizado por el autor, muestra la gran variedad de guayaba que existe, la más común y la que se cosecha en Ecuador es la guayaba fresa, este tipo de fruto se caracteriza por tener aroma fuerte, además es producida durante todo el año, puesto que es de consumo directo y también industrial.

2.9.4. Propiedades

(Sancho & Baraona, 2012) Sugieren:

“La principal importancia nutritiva de la guayaba es su riqueza en vitamina C, que puede alcanzar valores de 300mg, por lo que sustituye a la naranja en los lugares donde esta no se produce bien. Es también rica en vitamina A; es utilizada para enriquecer otros preparados a base de frutas; es interesante destacar que la vitamina C presente en esta fruta, no se destruye mucho en la cocción.” (p.60)

El consumo de guayaba de acuerdo con lo mencionado por el autor, es muy importante, puesto que además de su delicioso sabor es una fruta rica en vitamina C, con valores que incluso puede llegar a ser iguales a los de los cítricos; su consumo ayuda a mejorar el sistema digestivo y reduce el riesgo de diabetes.

2.9.5. Composición química

(Universidad del Zulia - Revista de facultad de agronomía, 2009) Indica:

“La guayaba es una excelente fuente de vitaminas A, C, tiamina, riboflavina y ácido nicotínico; así como de los minerales calcio, hierro y fósforo, además de carbohidratos.”

Cuadro N° 26

Composición química de la guayaba

Calorías	41,58 kcal
Grasa	0,50 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	4 mg.
Carbohidratos	5,82 g.
Fibra	5,20 g.
Azúcares	5,82 g.
Proteínas	0,88 g.
Vitamina A	122,20 ug.
Vitamina B12	0 ug.
Hierro	0,75 mg.
Vitamina C	273 mg.
Calcio	17 mg.
Vitamina B3	1,12 mg.

Fuente: revista de la facultad de agronomía

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En la información brindada por el autor, se muestran los valores y el alto beneficio nutricional que posee la fruta, por lo que es beneficioso el consumo de la misma.

2.9.6. Requerimientos de clima

(Sancho & Baraona, 2012) Recomendán:

“La guayaba es una fruta de clima tropical y subtropical; las heladas destruyen la parte aérea, pero tiene la facultad de brotar nuevamente. Este frutal se puede cultivar hasta los 1700m sobre el nivel del mar; sin embargo, las mejores frutas se obtienen bajo los 1000m y con clima cálido seco. Las condiciones climáticas óptimas para su desarrollo son una precipitación anual entre 1100 y 1700mm y una temperatura que fluctúa entre 25° y 29 °C. Es importante que durante la floración y la primera parte de la fructificación predomine un ambiente relativamente seco, con el fin de evitar enfermedades fungosa en la floración y cuaje de los frutos.” (p.61)

Con lo mencionado por el autor se puede denotar que la guayaba se da en zonas tropicales y subtropicales cuyo clima es cálido, mientras más cerca del nivel del mar se encuentren los cultivos, la calidad del fruto será mejor.

2.9.7. Requerimientos de suelo

(Sancho & Baraona, 2012)

“Este frutal puede desarrollarse en diferentes tipos de suelos, desde los livianos hasta los pesados. Los más recomendados son los livianos, con pH entre 5 y 6 y con suficiente agua de lluvia o de riego.” (p.61)

De acuerdo con el autor, los suelos aptos para el cultivo de guayaba son aquellos que cuenten con abundante agua, sin ningún otro requerimiento especial, por lo que son plantas que pueden ser cultivadas en gran parte de territorio ecuatoriano.

2.9.8. Producción

(Geilfus, 2011) Indica:

“Los árboles de semilla empiezan a producir en 2 o 3 años, los acodos o injertos en 3. Una sequía relativa favorece a la floración, los frutos formados en época lluviosa son de baja calidad. Se recomienda eliminar las flores formadas en la época lluviosa para aumentar la cosecha principal. Las variedades mejoradas pueden producir de 20 a 60 kilos de frutos por árbol (60 a 500 frutos), mientras los árboles de semilla tienen una producción muy inferior. Hay 1 o 2 cosechas al año según el clima, los frutos se recogen cuando empiezan a ponerse amarillos pero antes de que se ablanden.” (p.10)

Según lo mencionado por el autor, los árboles de guayaba pueden llegar a producir 500 frutas lo cual es gran beneficio, puesto que existe amplia oferta de este producto y puede ser fácilmente adquirida.

2.9.9. Calidad del fruto

(Alvarez, 2011) Señala:

“Actualmente los estándares de calidad de los supermercados exigen frutos de primera con las siguientes características: peso entre 0,42 a 1,2 libras, forma redonda con una tolerancia del 10% de frutos largos, y que no presenten daños mecánicos o de insectos.” (p.31)

Gráfico N° 24

Fruto de guayaba empacado



Fuente: Guía del cultivo de la guayaba
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Citando lo indicado por el autor, en la actualidad el mercado es cada vez más exigente, por lo que los productos debe cumplir ciertos requerimientos para poder ingresar en él, incluso los productos naturales que son cada vez más solicitados debido al creciente cambio de tendencia de la población, la cual trata de mantenerse cada vez más saludable.

2.9.10. Productos elaborados a base de guayaba

(Yam, 2012) En su artículo dice:

“La guayaba tiene potencial para la elaboración de aceites con sus semillas. El potencial industrial deriva de sus aptitudes para pulpas, puré, polvo para reconstituir como néctar, mermeladas, jaleas y dulces. El jugo de guayaba se utiliza principalmente en néctares, también existe demanda en la industria de alimentos para bebés.”

Gráfico N° 25

Productos elaborados a base de guayaba



Fuente: Google
Elaborado por: La autora
Año: 2016

En concordancia con lo descrito por el autor, el agradable sabor de la guayaba le ha brindado a esta fruta la posibilidad de ser el ingrediente principal de ciertos productos industrializados, que son altamente demandados en cadenas de tiendas y supermercados.

2.10. Estudio de mercado

(Meza, 2013) Define:

“Es un estudio de demanda, oferta de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio.” (p.22)

Según lo mencionado por el autor, el estudio de mercado es el punto de partida para dar inicio a la realización de un estudio de factibilidad, puesto que sin este estudio no sería posible conocer el mercado en el cual se va a desarrollar el proyecto.

2.10.1. Mercado

(Kotler, 2013) Define al mercado de la siguiente forma:

“Es el conjunto de todos los compradores reales que desean obtener un bien o servicio para satisfacer sus necesidades.” (p.17)

El principal objetivo de un mercado de acuerdo con el autor, es el cumplir con los parámetros para poder satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores mediante negociaciones donde interactúen el comprador y el vendedor.

2.10.2. Demanda

(Palma, 2012) Define lo siguiente:

“Cantidad de bienes, servicios, activos o factores que desean ser adquiridos por un individuo o conjunto de individuos a un determinado precio.” (p. 53)

Según el autor, la demanda se refiere a todos los potenciales clientes, es decir a los interesados en adquirir los productos o servicios que se ponen a disposición.

2.10.3. Demanda insatisfecha

(Andrade, 2011) Muestra:

“La demanda insatisfecha se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, son los productos o servicios existentes en el mercado.” (p.42)

Según lo descrito por el autor, la demanda insatisfecha es toda la población a la que el mercado aún no ha logrado cubrir.

2.10.4. Oferta

(Alet, 2012) Indica:

“La oferta es considerada como la segunda variable más importante, la oferta se concreta en todo lo que hace ver al cliente que obtendrá de valor, a cambio de todo lo que tendrá que dar o sacrificar para conseguirlo.” (p.10)

Según lo descrito por el autor, la oferta se encarga de identificar el volumen de productos necesarios para cubrir las necesidades de los consumidores.

2.10.5. Mercado meta

(Kotler, 2013) Define al mercado como:

“El conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa debe atender.” (p.28)

Según el autor el mercado meta constituye a un grupo de personas que tienen características similares y por lo tanto las mismas necesidades, por lo que la empresa debe enfocarse en satisfacer esas necesidades comunes.

2.10.6. Producto

(Belió, 2010) Muestra lo siguiente:

“Para el marketing, el producto es mucho más que un objetivo. Los clientes compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea se define al producto como un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador.” (p. 23)

Según el autor, el producto además de cumplir con ciertas características propias, debe enfocarse a satisfacer al cliente.

2.10.7. Canales de comercialización

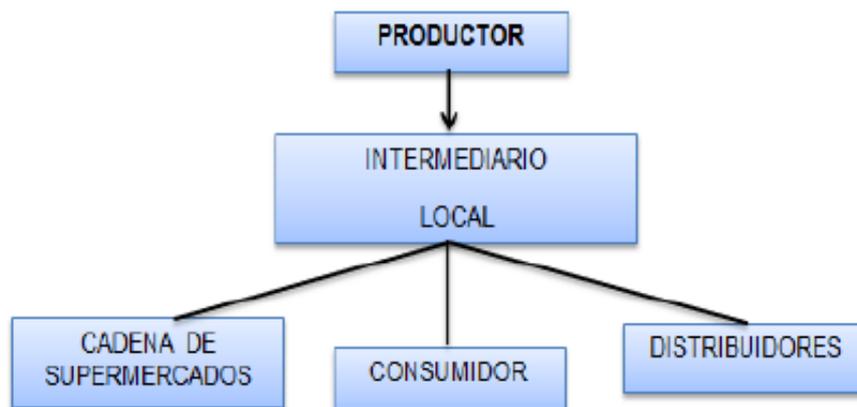
(Gallucci, 2012) Describe:

“Los canales de comercialización son un conjunto de acciones necesarias que nos ayudan a llevar los diferentes productos o servicios hacia el mercado disponible.”

- Productor – Consumidor Final
- Productor – Minorista – Consumidor Final
- Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor Final
- Productor – Representantes – Minoristas – Consumidor Final
- Productor – Representantes – Mayoristas – Minoristas – Consumidor Final

Gráfico N° 26

Canales de comercialización



Fuente: (Gallucci, L; 2012, Dirección de Marketing)
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

Un canal de comercialización es el medio que permite una distribución organizada para realizar intercambios entre la producción y el consumo.

2.10.8. Precio

(Baena, 2011)

“La variable precio se define como el coste que percibe el consumidor necesario para adquirir los productos que le ofrece el mercado y él mismo desea. (p. 59)

Luego de analizar lo mencionado por el autor, su puede definir al precio como el valor que se fija a un producto en base a los costos generados en el proceso productivo, dicha cifra debe ser competitiva y atractiva en el mercado para que con su venta se logre generar ganancias para la empresa.

2.10.9. Promoción

(Belío, 2010)

“Conjunto de actividades de corta duración dirigidas a los distribuidores, prescriptores, vendedores y consumidores, orientadas al incremento de la eficacia y de la cifra de ventas, a través de incentivos económicos y propuestas afines.” (p.6)

En concordancia con el autor, la promoción constituye los incentivos que llevan a las personas a adquirir el producto, estas son de ciclo corto, es decir que duran solo un determinado tiempo, por lo que las empresas deben planificarlas.

2.10.10. Plaza

(Rodriguez, 2010) Muestra:

“Plaza da su inicial a una de las renombradas cuatro P del marketing. AL decir plaza nos referimos a dos cosas: por un lado la usamos para indicar lugar, sitio. Es el pedazo del mercado en el que decidimos jugar. Pero además es la llegada a ese sitio. No es solo dónde queremos llegar, sino también cómo vamos a llegar a ese mercado.” (p.21)

La plaza es conceptualizada por el autor como el lugar o sitio específico en el que se va a desarrollar el producto, es decir donde se realizará las negociaciones con los clientes.

2.11. Estudio Técnico

(Meza, 2013) Define:

“Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.” (p.23)

Considerando lo citado por el autor, se puede definir al estudio técnico como una herramienta que nos proporciona la información necesaria para poder ejecutar el proyecto.

2.11.1. Tamaño del proyecto

(Flores, 2011) Menciona:

“El tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto.” (p. 42)

Lo mencionado por el autor hace referencia a la cantidad de productos que se van a poner a disposición del mercado durante un tiempo determinado, con el objetivo de planificar el proceso productivo.

2.11.2. Localización del proyecto

(Meza, 2013) Define lo siguiente:

“El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menos costos de transporte en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es cosa fácil cambiar de domicilio.” (p. 33)

El autor recalca que la localización se refiere al espacio físico donde se desarrollarán las actividades empresariales, por lo que es imprescindible planificar adecuadamente el sitio estratégico donde se ubicará a la microempresa.

2.11.3. Macro y micro localización

(Boucher, 2011)

“La Macro localización es la ubicación global, en un área determinada; población, distrito mientras que la micro localización describe el lugar específico donde está el terreno para construir la planta.” (p.27)

De lo anteriormente mencionado por el autor se puede denotar que tanto la macro como la micro localización hacen referencia al sitio exacto donde se establecerá la microempresa, la diferencia entre ambas, son las dimensiones que cada una de ellas abarca.

2.11.4. Ingeniería del proyecto

(Córdova, 2011)

“La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.”

Como cita el autor, la ingeniería del proyecto se encarga de optimizar recursos materiales, humanos y económicos durante todo el proceso productivo.

2.12. Estudio económico

(Baca, 2010) Señala:

“Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.” (p.38)

De acuerdo con lo señalado por el autor, el estudio económico es el encargado de analizar e interpretar los datos obtenidos anteriormente en los diferentes estados financieros, los cuales muestran la situación real de la empresa.

2.12.1. Ingresos

(Bravo, 2010)

“Es esta expresión con dos acepciones completamente distintas. En primer lugar significa percepción de dinero y valores representativos de dinero como cheques y giros a la vista y en segundo lugar para identificar la utilidad o ganancia obtenida en un periodo. La utilidad en ventas constituye el principal ingreso de la empresa comercial.” (p. 21)

De acuerdo con el autor, los ingresos son los montos de dinero que ingresan a la empresa por medio de la venta de bienes o prestación de servicios, estos valores sirven para generar utilidad, que permite brindar liquidez.

2.12.2. Gastos

(Bravo, 2010)

“Desembolso necesario para cumplir los objetivos de la empresa.”

Los gastos son definidos por el autor como la salida de dinero de la empresa, con la finalidad de obtener los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha de la microempresa.

2.12.3. Costos de producción

(Berrío & Castrillón, 2011) Señalan:

“Son los que se generan en el proceso de transformación de la materia prima de un producto terminado, a saber: materia prima directa: aquellos materiales necesarios en el proceso de producción, se usan cuantías significativas y tienen un valor significativo.”

El autor define a este tipo de costos como aquellos que intervienen en el proceso de producción y tienen un valor significativo para el mismo.

2.12.4. Costos de administración

(Berrío & Castrillón, 2011) Señalan:

“Son los que se originan en la dirección, control y operación de una compañía. Ejemplo; sueldos del personal administrativo, teléfono, impuestos diferentes al de la renta.”
(p.13)

Como el autor los define, y puesto a que su nombre lo indica, estos costos tienen que ver directamente con el desempeño administrativo de la microempresa.

2.12.5. Costos de ventas

(Berrío & Castrillón, 2011) Definen:

“Es el valor agregado que se genera en el proceso de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumido. Ejemplo: publicidad, comisiones, fletes.” (p.13)

Estos costos, como el autor indica son aquellos involucrados en las actividades relacionadas con las ventas y el costo en que se incurre para comercializar el producto.

2.12.6. Costos financieros

(Berrío & Castrillón, 2011) Señalan:

“Se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa, incluye los intereses que se pagan por los préstamos.”

Haciendo referencia a lo señalado por los autores, se puede definir a los costos financieros como aquellos generados a causa de una deuda que la empresa mantenga con alguna entidad financiera.

2.12.7. Estado de situación financiera

(Zapata, 2011) Indica:

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”

Este informe como su nombre lo indica, trata de mostrar la situación real en el aspecto financiero de una empresa.

2.12.8. Estado de resultados integral

(Zapata, 2011) Expresa lo siguiente:

“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado.” (p.62)

El estado de resultados de acuerdo con lo descrito anteriormente, es aquel que refleja la pérdida o ganancia que existe dentro de un periodo.

2.12.9. Flujo de caja

(Zapata, 2011) Manifiesta:

“Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.”

El flujo de caja es una herramienta por medio de la cual se puede evaluar la liquidez de la empresa y analizar con el movimiento del efectivo.

2.12.10. Evaluadores financieros

(Baca, 2010) Manifiesta lo siguiente:

“Con métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y muestra la aplicación práctica de ambos.”
(p.32)

Los evaluadores financieros de acuerdo con lo mencionado por el autor, son herramientas que permiten medir la factibilidad de un proyecto.

2.12.11. VAN

(Baca, 2010) Conceptualiza lo siguiente:

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (p.33)

De acuerdo con lo señalado por el autor, el valor actual neto, permite calcular el valor presente que provienen de los flujos de ingresos y gastos.

2.12.12. Tasa interna de retorno

(Palacio, 2012) Indica:

“Cuando se está formulando los proyectos de inversión y se está trabajando con el concepto de tasa interna de retorno, para medir su viabilidad, es importante tener presente que hay instituciones financieras, como los organismos multilaterales de financiamiento que hacen diferencia entre una tasa interna de retorno financiera y una económica.” (p.32)

Por lo anteriormente expuesto se puede decir que la tasa interna es un indicador que representa en forma de porcentaje la factibilidad del proyecto, y saber si es o no viable invertir en él.

2.12.13. Periodo de recuperación

(Córdova, 2011), Define:

“Llamado también periodo de reembolso, se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original.” (p. 27)

Como su nombre lo indica, muestra el momento exacto, donde será recuperada la inversión inicial, y se empezará a generar nuevas utilidades.

2.12.14. Punto de equilibrio

(Baca, 2010) Muestra la siguiente información:

“Es el nivel producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.” (p.29)

El autor define al punto de equilibrio como la herramienta que indica la cantidad de productos que se debe vender para evitar una pérdida.

2.13. Estructura organizacional

(Meza, 2013) Señala:

“Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales.” (p.31)

En base a lo señalado por el autor, la estructura organizacional es la forma en la que la empresa se encuentra organizada, además ayuda a establecer actividades y responsables para cada una de ellas.

2.13.1. Organigrama

(Meza, 2013) Define:

“La estructura organizacional de la empresa se hace mediante una representación gráfica llamada Organigrama, que al mismo tiempo nos muestra los elementos del grupo y sus relaciones respectivas.” (p.28)

El organigrama es una herramienta que permite llevar un orden adecuado dentro de la empresa, ya que permite establecer niveles jerárquicos, responsabilidades y actividades.

2.13.2. Misión

(Chavenato, 2011)

“La misión de la organización es la declaración de sus propósitos y alcance, en términos de productos y mercados.”

Como se definió en la cita del autor, la misión empresarial trata de orientar a todo el personal de la empresa hacia un determinado objetivo o meta.

2.13.3. Visión

(Palacio, 2012) Menciona:

“Es la declaración amplia y suficiente a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la pertinencia de todos los miembros de la organización o negocio.”

La visión como la define el autor, le permite a la empresa plantearse un horizonte futuro, en el cual dese ubicarse, con la planeación de estrategias adecuadas que le permitan llegar allí.

2.14. Impactos

(CEPAL, 2011) En su página web define:

“El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tienen un proyecto o programa, para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas.”

El impacto es un suceso que puede o no darse dentro del entorno donde se desarrolla la empresa, este puede presentarse ya sea de forma positiva como de forma negativa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio de mercado tiene como finalidad primordial recabar y analizar la información recopilada por medio de una investigación de campo, la cual mediante herramientas como la encuesta, trata de determinar el grado de aceptación de los productos en el mercado potencial, y así determinar si es o no factible la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

En la actualidad el crecimiento micro empresarial ha sido bastante notorio, por lo que los establecimientos comerciales buscan la manera de posicionarse en el mercado, es por ello que el desarrollo de este capítulo es de gran importancia, debido a que en él constan las estrategias que deben utilizarse para la comercialización adecuada del producto.

Considerando que la ciudad de Ibarra es el eje comercial de la provincia, es un lugar apto para ubicar a la microempresa, por esta razón la población que pertenece a esta zona, fue analizada por medio de varias herramientas para conocer sus necesidades, gustos y preferencias con respecto a las bebidas que éstos adquieren a diario, y así también poder determinar las condiciones de venta y los productos similares que se ofertan actualmente, lo que permitirá determinar la oferta y la demanda potencial, para determinar si es o no viable la comercialización de este tipo de productos.

3.2. Identificación del producto

Gráfico N° 27

Identificación del producto



INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño porción	300ml
Porción por envase	1
Cantidad por porción	
Energía (calorías)	1006 kJ (240 kcal)
Energía de grasa (Cal. Grasa)	189 kJ (45 kcal)
% valor diario	
Grasa total 5 g	8%
Grasa saturada 1 g	5%
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 40 mg	2%
Carbohidratos Totales 46 g	15%
Fibra dietética 3 g	12%
Azúcares 46 g	
Proteína 2 g	2%

*Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 8380 kJ (2000 calorías)



no contiene AZÚCAR

no contiene GRASA

no contiene SAL

Contiene:



Los ingredientes de este producto es desarrollado bajo los estándares del comercio justo en la zona norte de Ecuador provincia de Imbabura.

Contiene ácido cítrico y citrato de potasio para su conservación

Mantener en refrigeración

Una vez abierto el producto, Mantenerlo en refrigeración y Consumirlo en el menor tiempo posible

Elaborado y distribuido por:

Jus de Fruit

NOTIFICACIÓN SANITARIA:

9724-ALN-0416

Norma INEN: 2337



PVP: ver envase
FECHA DE FAB: ver envase
FECHA DE EXP: ver envase
LOTE: ver envase

AGITAR
antes de consumir



El producto a ofertarse es un jugo que consta de la mezcla de un cereal y una fruta, ambos conocidos por ser una poderosa fuente de varios beneficios nutricionales; en el caso del amaranto se puede recalcar que de acuerdo a estudios realizados, esta planta se ha hecho acreedora al título de el mejor alimento natural para el cuerpo humano; por su parte la guayaba es una fruta con un alto contenido de vitamina C, por lo que en algunos mercados sustituye a la naranja.

La combinación de estos dos productos naturales es atractiva no solo por su sabor, sino porque cada uno contiene sus propios beneficios nutricionales, que al mezclarse se complementan el uno con el otro brindando una bebida altamente favorable.

Las variedades a utilizar en la elaboración de este jugo son: la guayaba fresa, denominada así por su sabor dulce y exquisito muy parecido al de la frutilla; mientras que el amaranto utilizado será el de la variedad Alegría, cuyo grano es de color blanco y es utilizado por lo general en la elaboración de barras de cereal, debido a su sabor apetecible que al fusionarse con el dulce, hacen una magnífica combinación de sabores.

El proyecto tiene la finalidad de comercializar el jugo en un envase de plástico de 500ml, con una presentación atractiva que trate de captar la atención de la población ibarreña no solo por su sabor, sino porque su envase reflejará la higiene, calidad e innovación adquiridas en el proceso de elaboración de la bebida.

3.3. Objetivos del estudio de mercado

3.3.1. Objetivo general

Diseñar un estudio de mercado, utilizando herramientas y técnicas de investigación de campo que permitan conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

3.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la demanda potencial de jugo de amaranto con guayaba en la ciudad de Ibarra.
- Identificar la oferta actual de productos similares en el mercado.
- Diseñar las estrategias de comercialización necesarias para la introducción y posicionamiento del producto en el mercado.

3.4. Matriz del estudio de mercado

En la matriz que se presenta a continuación, se detallan las variables e indicadores que harán posible el desarrollo de este capítulo, cada una de ellas cuenta con su respectiva técnica que permitirá recopilar los datos necesarios del mercado meta al que fue aplicada.

Cuadro N° 27**Matriz de estudio de mercado**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	PÚBLICO META
Determinar la demanda potencial de jugo de amaranto con guayaba en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del producto. - Nivel de aceptación. - Frecuencia de adquisición. - Volumen de productos demandados. 	Primaria	Encuesta	PEA de Ibarra
Identificar la oferta actual de productos similares en el mercado.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de establecimientos. - Oferta actual de acuerdo a las diferentes marcas. - Frecuencia de ventas de la competencia - Preferencias del consumidor por los productos existentes en el mercado - Presentación del producto de la competencia. - Volumen de ventas de la competencia. - Forma de abastecimiento de la competencia. - Incremento de ventas de la competencia - Posibilidad de introducción del producto en el mercado. 	Primaria	Encuesta	Comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra
Diseñar las estrategias de comercialización necesarias para la introducción y posicionamiento del producto en el mercado.	Estrategias de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido y presentación del producto. - Fijación de precios - Sitio de adquisición. - Publicidad del producto. 	Primaria	Encuesta	PEA de Ibarra

Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.5. Mecánica operativa

Para el análisis de los datos recopilados mediante el presente estudio de mercado, se procederá de la siguiente manera:

3.5.1. Identificación de la población

La población que será objeto de estudio de la demanda, es la PEA de la ciudad de Ibarra, puesto, que este segmento, es el que tiene las posibilidades económicas para la adquisición del producto.

Cuadro N° 28

PEA de Ibarra

ACTIVIDAD	PEA
Sector Agropecuario	9.367
Sector Industrial	15.630
Sector Servicios	46.855
Otros (personas que no declaran su actividad y trabajadores nuevos.)	8.817
TOTAL PEA	80.669

Fuente: INEC, 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El amaranto y la guayaba debido a su composición química son aptos para todas las personas, sin importar su edad o género. La muestra será calculada para la población económicamente activa, que es la que está en capacidad económica de adquirir el producto.

3.5.2. Determinación de la muestra

Teniendo en cuenta el significativo número de perdonas, se decidió tomar una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Muestra

N = Población a investigar

e = Error aceptado (5%)

Z = Nivel de confianza

Q = Desviación estándar o probabilidad de ocurrencia

Reemplazando:

$$n = \frac{(80.669)(1,96)^2(0,25)^2}{(0,05)^2(80.669 - 1) + (1,96)^2(0,25)^2}$$

$$\frac{19.368,63}{201,67 + 3,904}$$

$$n = 383$$

3.5.3. Técnicas e instrumentos

Las fuentes que se utilizaron para la recolección de datos son de carácter primario, estas fueron obtenidas en la ciudad de Ibarra, lugar de comercialización del producto.

3.5.4. Información primaria

La herramienta utilizada para obtener la información primaria es la encuesta, la misma que está dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

3.6. Tabulación y análisis de la información

A continuación se muestran los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Ibarra, y también a los comerciantes de tiendas y abastos, que ejercen sus actividades en la misma localidad.

3.6.1. Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

El objetivo de esta encuesta es conocer las expectativas de la población de la ciudad de Ibarra acerca de la comercialización de un jugo elaborado a base de amaranto y guayaba.

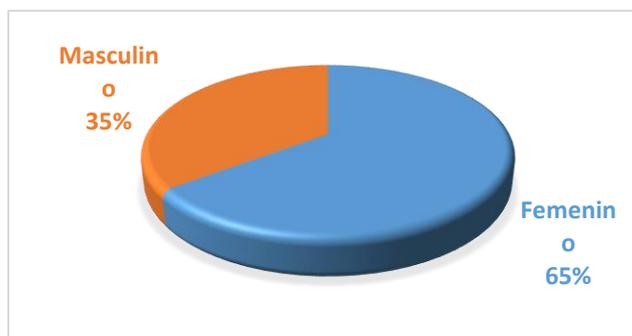
Datos Informativos:**GÉNERO:**

Con respecto al género de la población sujeta de estudio, los datos recopilados muestran la siguiente información.

Cuadro N° 29**Género de los encuestados**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Femenino	248	65
Masculino	135	35
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Gráfico N° 28**Género de los encuestados**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis:

Los datos obtenidos nos informan que la encuesta se aplicó en su mayoría a personas de género femenino.

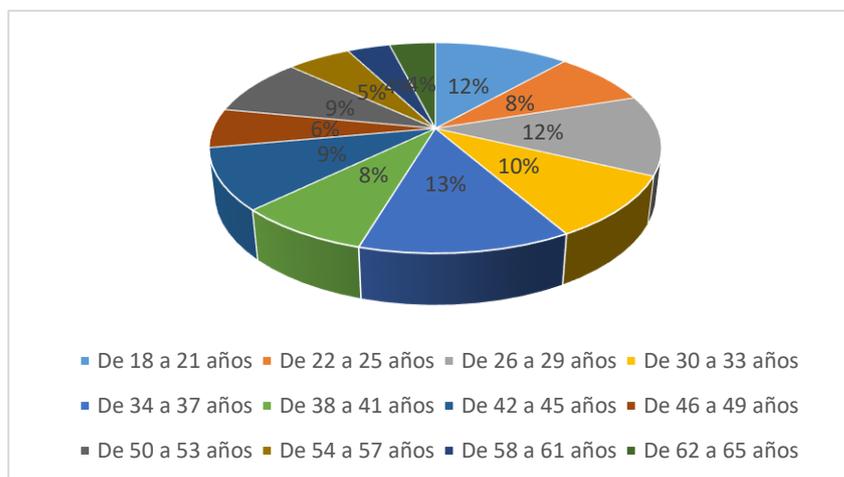
EDAD:**Cuadro N° 30****Edad de los encuestados**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 18 a 21 años	44	12
De 22 a 25 años	32	8
De 26 a 29 años	47	12
De 30 a 33 años	37	10
De 34 a 37 años	49	13
De 38 a 41 años	31	8
De 42 a 45 años	36	9
De 46 a 49 años	23	6
De 50 a 53 años	34	9
De 54 a 57 años	21	5
De 58 a 61 años	14	4
De 62 a 65 años	15	4
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 29**Edad de los encuestados**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Los datos reflejan que existe gran diversidad entre las edades de los encuestados.

PREGUNTA N° 1

¿Ha consumido alguna vez un jugo hecho a base de amaranto y guayaba?

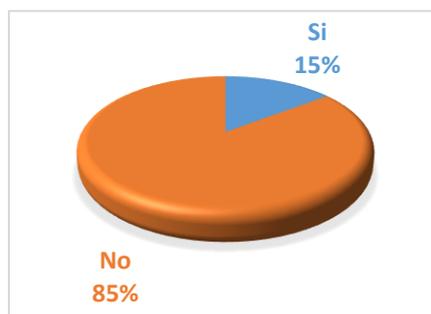
Cuadro N° 31**Identificación del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	56	15
No	327	85
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 30**Identificación del producto**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

El resultado indica que la mayoría de encuestados no han degustado de una bebida elaborada a base de amaranto y guayaba, lo cual es bueno para la microempresa, porque ingresará al mercado con un producto innovador y de un sabor especial, lo cual llamará la atención de los potenciales consumidores.

PREGUNTA N° 2

¿Con qué frecuencia compraría una bebida elaborada a base de amaranto y guayaba?

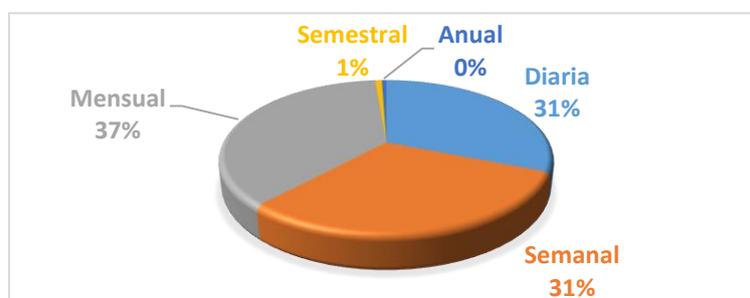
Cuadro N° 32**Frecuencia de adquisición del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Diaria	119	31
Semanal	118	31
Mensual	141	37
Semestral	3	1
Anual	2	1
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 31**Frecuencia de adquisición del producto**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Los datos obtenidos en esta pregunta hacen denotar una fuerte inclinación por parte de la población ibarreña en consumir el jugo de amaranto con guayaba con una frecuencia diaria, lo cual es una ventaja puesto que muestra un gran interés por parte de la población hacia el producto.

PREGUNTA N° 3

¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir este producto?

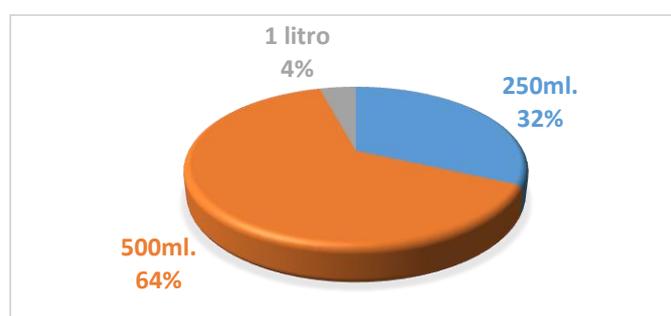
Cuadro N° 33**Presentación del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
250ml.	122	32
500ml.	245	64
1 litro	16	4
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 32**Presentación del producto**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Como la información anterior se denota el alto nivel de aceptación hacia el envase de 500ml con respecto a las demás presentaciones, lo cual brinda al proyecto una visión más clara acerca de la presentación que tendrá la bebida.

PREGUNTA N° 4

¿Cuántos envases de 500ml de jugo de amaranto con guayaba, estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

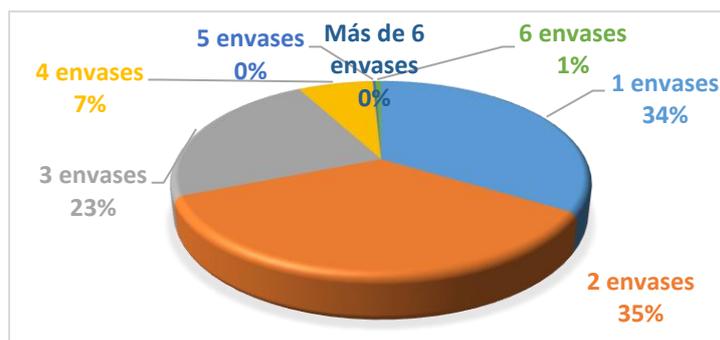
Cuadro N° 34**Volumen de la demanda**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1 envase	129	34
2 envases	135	35
3 envases	89	23
4 envases	27	7
5 envases	1	0
6 envases	2	1
Más de 6 envases	0	0
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 33**Volumen de la demanda**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Se muestra una notoria inclinación por la adquisición de 4 envases de jugo de amaranto con guayaba al mes, lo cual es una significativa cifra para la demanda de la bebida.

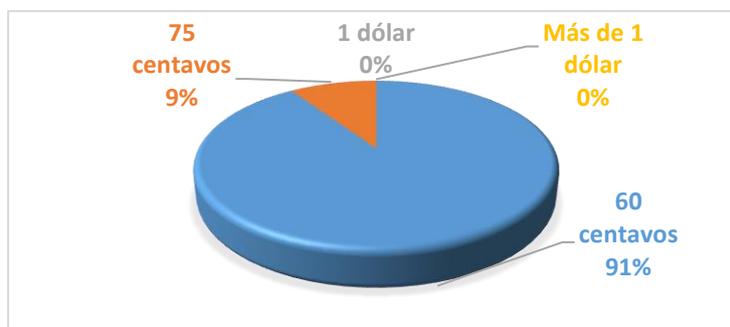
PREGUNTA N° 5

¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un envase de 500ml del producto?

Cuadro N° 35**Fijación de precios**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
60 centavos	347	91
75 centavos	36	9
1 dólar	0	0
Más de 1 dólar	0	0
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Gráfico N° 34**Fijación de precios**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis:

La investigación muestra una evidente tendencia de precios, en la cual los consumidores no están dispuestos a pagar un dólar o más por la adquisición de un envase de 500ml de jugo de amaranto y guayaba.

PREGUNTA N° 6

¿En qué sitio le gustaría adquirir este jugo?

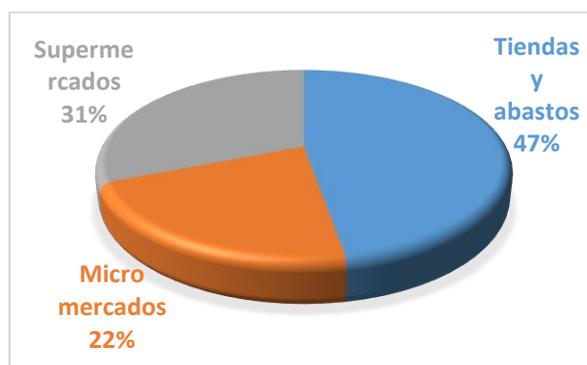
Cuadro N° 36**Puntos de venta**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Tiendas y abastos	181	47
Micro mercados	83	22
Supermercados	119	31
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 35**Puntos de venta**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

La mayoría población de la ciudad de Ibarra se muestra interesada en adquirir esta bebida en tiendas y abastos, mientras que un porcentaje también representativo estaría dispuesto a adquirirlo en micro mercados y supermercados.

PREGUNTA N° 7

¿Qué medio prefiere usted para enterarse de las novedades acerca del producto?

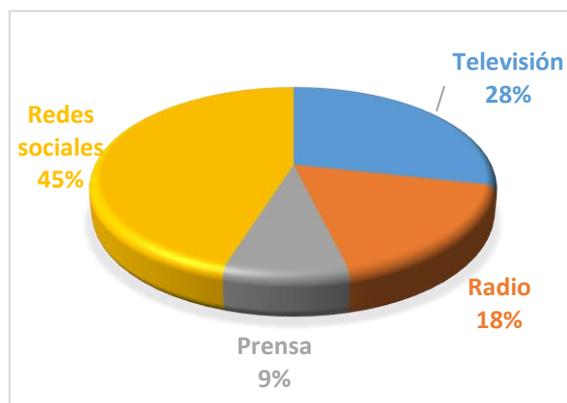
Cuadro N° 37**Publicidad del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Televisión	109	28
Radio	68	18
Prensa	33	9
Redes sociales	173	45
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Gráfico N° 36**Publicidad del producto**

Fuente: investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis:

Las redes sociales son el medio por el cual la población objetivo desearía obtener más información acerca del producto.

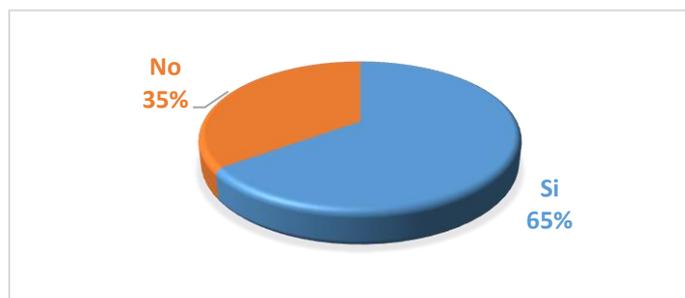
PREGUNTA N° 8

¿Le gustaría que exista una microempresa encargada de producir y comercializar jugos a base de amaranto con guayaba?

Cuadro N° 38**Aceptación del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	249	65
No	134	35
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Gráfico N° 37**Aceptación del producto**

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis:

Los resultados obtenidos en esta pregunta son bastante positivos ya que muestra la aceptación del producto, por lo que es viable la creación de una microempresa que se encargue de su producción y comercialización.

3.6.2. Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra

Los resultados de esta encuesta se encuentran expuestos en el primer capítulo, su objetivo es conocer las condiciones de comercialización de bebidas envasadas, distribuidas en tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.

3.7. Análisis de la demanda

3.7.1. Identificación de la demanda

Luego del análisis de los datos obtenidos en la investigación de campo, se procedió con la identificación de la demanda, en donde se muestran las características específicas de los potenciales consumidores.

3.7.2. Características de la demanda

A través de la aplicación de la encuesta se logró conocer ciertas características que permiten concluir, que la población se encuentra dispuesta a adquirir productos innovadores, apegándose a una tendencia de consumo saludable, por lo que se refleja una notoria aceptación por parte de la población de la ciudad de Ibarra hacia la comercialización de una bebida hecha a base de amaranto y guayaba.

3.7.3. Segmentación de mercado

Este producto puede ser consumido a todas las personas que deseen degustar de su exquisito sabor, sin embargo es la población económicamente activa, la que está en capacidad de adquirirlo, por lo que la población ha sido segmentada por edades, las cuales van desde los 18 años hasta los 65 años.

Cuadro N° 39**Segmentación de mercado**

EDAD	FRECUENCIA	%
De 18 a 21 años	44	12
De 22 a 25 años	32	8
De 26 a 29 años	47	12
De 30 a 33 años	37	10
De 34 a 37 años	49	12
De 38 a 41 años	31	8
De 42 a 45 años	36	9
De 46 a 49 años	23	6
De 50 a 53 años	34	9
De 54 a 57 años	21	5
De 58 a 61 años	14	4
De 62 a 65 años	15	4
TOTAL	383	100

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.7.4. Mercado meta

El mercado meta establecido para la realización del presente proyecto será la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, sitio donde será comercializado el producto; se ha escogido a PEA como población objeto del estudio puesto que este sector de la población tienen la disponibilidad económica para la adquisición del jugo.

3.7.5. Demanda actual

La demanda actual fue establecida mediante la investigación de campo realizada por medio de las encuestas dirigidas a la población de la ciudad de Ibarra; para el cálculo de la misma se tomó en cuenta los siguientes aspectos: la frecuencia de consumo, el volumen de unidades que los consumidores están dispuestos a adquirir y la aceptación del producto; datos que constan en la preguntas N° 2, N° 4 y N° 8 respectivamente.

Cuadro N° 40**Demanda actual**

Mercado meta	Población interesada (65%)	Frecuencia de consumo	Promedio de unidades a consumir	Demanda anual (unidades)
80.392	52.255	12	2	1.254.115

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.7.6. Proyección de la demanda

El indicador utilizado para proyectar la demanda es el índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, el cual de acuerdo a los datos obtenidos en censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010, correspondiente al 2,02%.

Fórmula:

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

Dónde:

Dn = Demanda proyectada o futura.

Do = Demanda actual determinada en las encuestas.

i = Tasa de crecimiento.

n = Año proyectado.

Reemplazando:

$$Dn = 1.254.115(1 + 0,0202)^1$$

$$Dn = 1.279.448$$

A continuación se muestra la demanda proyectada para los próximos 5 años en base al índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra correspondiente al 2,02%.

Cuadro N° 41

Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA (Envases 500ml.)
2017	1.305.293
2018	1.331.660
2019	1.358.560
2020	1.386.003
2021	1.414.000

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.8. Análisis de la oferta

En la investigación de campo se encontraron algunos aspectos muy relevantes para la determinación de la oferta, estos fueron:

- Existen varias marcas de bebidas que se dedican a la comercialización de jugos envasados.
- Los jugos envasados son un producto bastante consumido dentro de la población ibarreña.
- En el mercado no existe un jugo elaborado a base de amaranto y guayaba.

3.8.1. Oferta actual

La oferta actual se determinó por medio de una encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra, los cuales manifestaron en la pregunta N° 4, el promedio de envases de jugo que venden a diario de acuerdo a sus respectivas marcas.

Cuadro N° 42**Oferta actual**

N° DE ENVASES	FRECUENCIA	UNIDADES
6 envases	15	90
7 envases	13	91
8 envases	67	536
9 envases	72	648
10 envases	88	880
11 envases	11	121
12 envases	32	384
Más de 12 envases (13)	3	39
Total unidades		2.789
Frecuencia de consumo		365
Oferta actual		1.017.985

Fuente: Investigación de campo (Encuesta aplicada a los comerciantes de tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.8.2. Proyección de la oferta

Actualmente en el Ecuador se comercializan varias marcas de bebidas, entre ellas jugos envasados. La industria ecuatoriana de producción de estas bebidas es similar en sus procesos, lo único que varía es la tecnología empleada en las diferentes etapas. La industria de elaboración de productos alimenticios y de bebidas ocupa un importante porcentaje dentro del PIB, por lo que este sector industrial se considera como uno de los más fuertes en el país.

Para la siguiente proyección se ha tomado como índice a la tasa de crecimiento de las industrias dedicadas a la elaboración de productos alimenticios y de bebidas, que según el INEC es del 2,30% hasta el mes de marzo del 2016.

Fórmula:

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

Donde:

O_n = Oferta futura

O_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

$$O_n = 1.017.985(1 + 0,023)^1$$

$$O_n = 1.041.398$$

Cuadro N° 43

Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA (Envases 500ml.)
2017	1.065.351
2018	1.089.854
2019	1.114.921
2020	1.140.564
2021	1.166.797

Fuente: INEC
Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.9. Balance entre oferta y demanda

3.9.1. Demanda potencial a satisfacer

Una vez proyectada tanto la oferta como la demanda, se procedió a realizar un análisis comparativo de ambas, para así determinar la demanda potencial a satisfacer.

Cuadro N° 44**Balance entre oferta y demanda**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA POTENCIAL
2017	1.305.293	1.065.351	239.942
2018	1.331.660	1.089.854	241.806
2019	1.358.560	1.114.921	243.639
2020	1.386.003	1.140.564	245.439
2021	1.414.00	1.166,797	247.203

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los resultados muestran, que aunque existe una gran variedad de productos similares en el mercado, aún existe espacio dentro de él, para insertar un producto innovador.

3.9.2. Demanda a captar por el proyecto

Tomando en cuenta la capacidad operativa y administrativa del proyecto se considera factible captar el 80% de la demanda potencial; valor que crecerá de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional correspondiente al 2,02%.

Cuadro N° 45**Demanda a captar**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL (UNIDADES)	DEMANDA A CAPTAR (UNIDADES)
2017	239.942	191.954
2018	241.806	193.445
2019	243.639	194.911
2020	245.439	196.351
2021	247.203	197.763

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El cuadro anterior muestra el número de envases de jugo de amaranto con guayaba que se van a elaborar, la bebida vendrá en un envase que contenga 500ml de la misma.

3.10. Análisis de precios

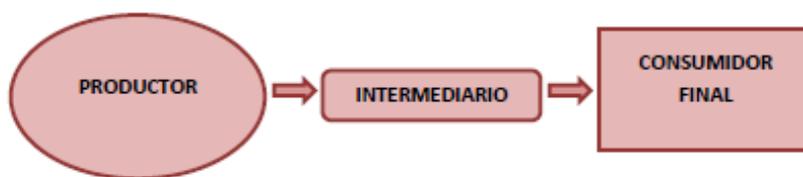
Para la fijación del precio se debe destacar aspectos como: la bebida es un producto innovador cuyo sabor aún no existe en el mercado, es un producto elaborado a base de ingredientes naturales los cuales están apegados a la nueva tendencia de consumo que pretende cuidar la salud de los consumidores, la presentación del envase será de 500ml contenidos en una botella plástica; por lo que el precio del producto será de 75centavos de dólar por cada unidad.

3.11. Distribución y comercialización del producto

En pregunta N° 6 de la encuesta realizada a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, se reflejó una notoria inclinación hacia las tiendas y abastos como punto de adquisición del producto, por lo que el proceso de comercialización se realizará de la siguiente manera:

Gráfico N° 38

Comercialización del producto



Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.12. Estrategias de comercialización

Para definir las estrategias adecuadas de comercialización del producto, estas se fijaron de acuerdo con las 4P del marketing.

3.12.1. Producto

El producto a ofertarse es un jugo hecho a base amaranto y guayaba envasado en una botella plástica de 500ml, el mismo que tendrá las siguientes características:

- Envase adecuado.
- Presentación llamativa e innovadora.
- Nuevo y exquisito sabor.
- Registros sanitarios correspondientes.

3.12.2. Precio

El precio fue establecido mediante dos factores muy importantes: los costos incurridos en el proceso productivo y los precios de las diferentes marcas competidoras; por lo que el precio del jugo de amaranto y guayaba tiene un precio:

- Accesible para los consumidores.
- Competitivo en el mercado.
- Atractivo para los clientes.

3.12.3. Plaza

La microempresa encargada de elaborar y comercializar el producto estará ubicada en la ciudad de Ibarra y la forma de comercialización será la siguiente:

- El producto será entregado en las diferentes tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.
- Página de la microempresa en las diferentes redes sociales, la cual contendrá información detallada acerca del producto.

3.12.4. Promoción

La publicidad tratará de incentivar en la población ibarreña el consumo de este jugo por lo que la información se proyectará por los siguientes medios:

- Propagandas radiales en las emisoras de mayor sintonía en la ciudad.
- Entrega de volates informativos.
- Publicidad en las redes sociales.

3.13. Conclusiones del estudio de mercado

- La investigación de campo reflejó un alto nivel de aceptación de la microempresa entre la población ibarreña, obteniendo un porcentaje del 62% a favor del proyecto.
- La aplicación de encuestas permitió identificar las preferencias de los potenciales clientes con respecto al producto, lo que ayudó a elegir la presentación y el precio adecuados para el mismo.
- Por medio de un análisis realizado a la competencia, se conoció la amplia gama de productos similares existentes el mercado, el aspecto más importante que se encontró es que aún no existe a disposición de los consumidores un jugo elaborado a base de amaranto y guayaba.
- Las estrategias de comercialización fueron establecidas en base a las 4p del marketing, las mismas que permitirán llegar a los segmentos de mercado deseados.
- El estudio de mercado obtuvo resultados positivos, ya que en la actualidad las personas buscan productos elaborados a base de ingredientes naturales, lo cual es de gran ventaja para la microempresa; además la bebida tiene un sabor nuevo en el mercado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El presente capítulo tiene la finalidad de fijar las características y condiciones técnicas del proyecto, lo que permitirá la correcta instalación del mismo, para que el desarrollo de la microempresa sea eficaz y eficiente.

En el presente estudio técnico se analizaron aspectos importantes como la ubicación estratégica de la microempresa, la distribución de la planta, la capacidad de producción, además de un presupuesto técnico que refleje los ingresos y gastos que surgirán de cada una de las actividades del proceso productivo, para así evaluar la adquisición de las maquinarias, muebles, herramientas y equipo necesarios para el correcto desarrollo del proyecto.

4.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto surge de los datos obtenidos en el estudio de mercado, específicamente de la demanda a captar, la cual será analizada en este capítulo en conjunto con el espacio físico y los recursos materiales que van a ser utilizados.

Cuadro N° 46

Capacidad de producción

PRODUCCIÓN ANUAL (UNIDADES)	PRODUCCIÓN MENSUAL (UNIDADES)	PRODUCCIÓN SEMANAL (UNIDADES)	PRODUCCIÓN DIARIA (UNIDADES)
191.954	15.996	3.999	800

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El proceso productivo se llevará a cabo tratando de optimizar al máximo los recursos, debido a que la producción debe cubrir los desembolsos generados.

4.3. Localización del proyecto

4.3.1. Macro localización

Gráfico N° 39

Macro localización



Fuente: Google
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El proyecto estará localizado en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, situada al norte de la región sierra del Ecuador; el sector es estratégico, puesto que en lugares aledaños son cultivados los ingredientes principales del jugo que son el amaranto y la guayaba y además es una ciudad con una considerable población además de la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N° 47**Macro localización**

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Ciudad	Ibarra

Elaborado por: La autora
Año: 2016

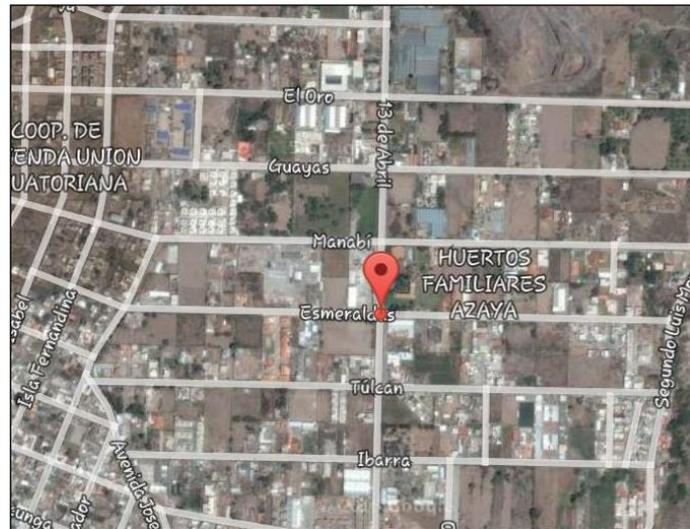
4.3.2. Micro localización

La ciudad de Ibarra al ser capital provincial, es el eje de desarrollo económico y comercial de Imbabura, por lo que existe un sin número de locales comerciales dedicados especialmente a la comercialización de bienes y servicios. Existen varias zonas estratégicas para poder instalar la microempresa, pero el sector elegido está ubicado en los Huertos Familiares de Azaya, puesto que este sitio es considerado como industrial dentro de la ciudad. La ubicación exacta será en la calle 13 de abril y Esmeraldas, considerando los siguientes aspectos:

- Costo del alquiler.
- Espacio físico.
- Seguridad.
- Servicios básicos.

Gráfico N° 40

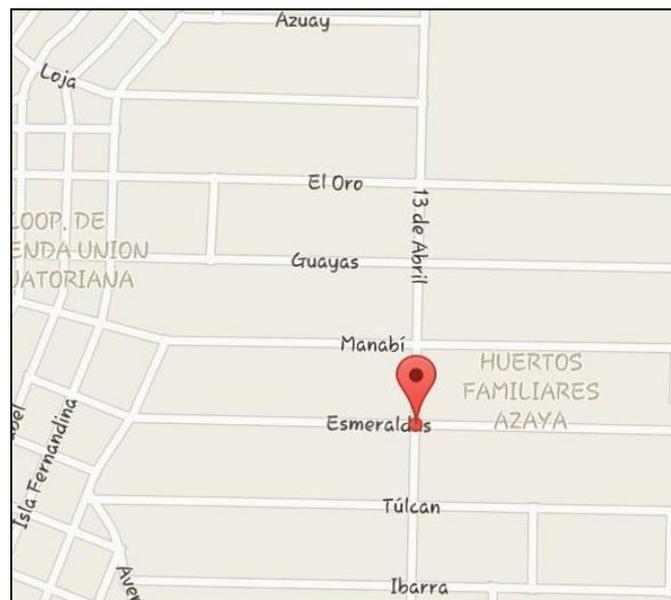
Mapa satelital de la micro localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: La autora
Año 2016

Gráfico N° 41

Mapa topográfico de la micro localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.3.3. Ubicación de la planta

Considerando la producción que se tendrá se considera necesario un espacio físico de aproximadamente 400 metros cuadrados. Teniendo en cuenta los costos de construcción y

adquisición de un terreno, se considera adecuado el arriendo de un local comercial que cumpla con las necesidades y características necesarias.

4.3.4. Distribución de la planta

La planta constituye un espacio físico necesario para la producción de 116.804 unidades anuales de jugo de amaranto y guayaba. La microempresa estará dividida de la siguiente manera:

Cuadro N° 48

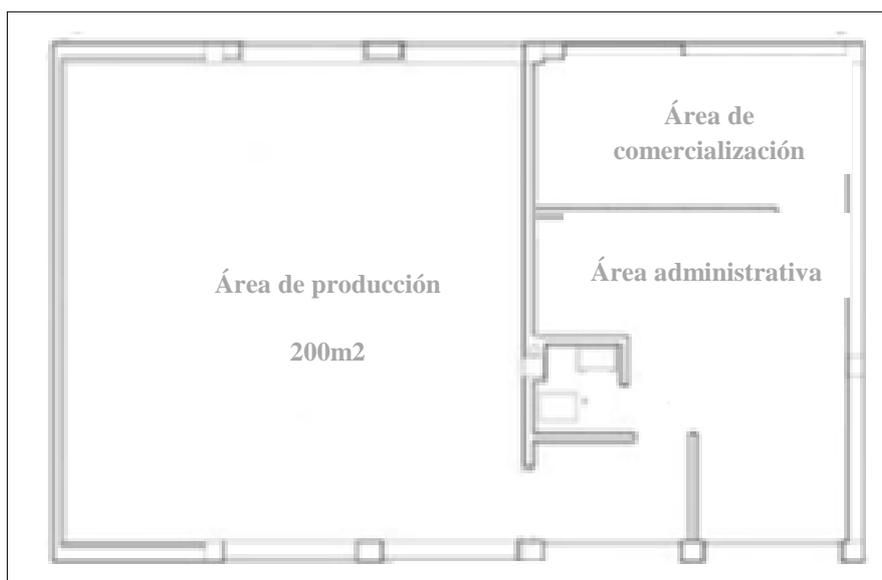
Distribución de la planta

Área	Producción	Administrativa	Comercialización
Tamaño	200 m ²	150 m ²	50m ²
Actividades	Bodega, elaborado, envasado, etiquetado	Gerencia, secretaria-contadora, jefe de producción	Departamento de ventas

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Gráfico N° 42

Distribución de la planta



Elaborado por: Ing. Pablo Larrea
Año: 2016

4.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se encarga de distribuir adecuadamente el espacio físico de acuerdo a las necesidades de la microempresa, además de seleccionar los muebles, equipo y maquinaria necesarios para la puesta en marcha del proceso de producción.

4.4.1. Tecnología

Dentro del proceso de elaboración del jugo de amaranto con guayaba se utilizará la siguiente maquinaria:

- **Tanque de inmersión:** Se encarga de lavar y desinfectar la fruta sumergiéndolas en el tanque, para luego ser enjuagados en sobre la banda transportadora que sale de dicho tanque.

Gráfico N° 43

Tanque de inmersión



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Despulpadora:** Separa la parte comestible de las frutas de la no comestible, es decir la cascara y la semilla.

Gráfico N° 44
Despulpadora



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Procesador eléctrico:** Permite moler cualquier cereal hasta transformarlo en una pasta líquida.

Gráfico N° 45
Procesador eléctrico



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Caldero marmita:** Se encarga de pasteurizar líquidos a una cierta temperatura, para que estos puedan conservarse por más tiempo.

Gráfico N° 46
Caldero marmita



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Cocina industrial:** Calienta el contenido del caldero marmita a la temperatura necesaria para pasteurizar los líquidos.

Gráfico N° 47
Cocina industrial



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Embotelladora:** Se encarga de llenar las botellas plásticas con el jugo elaborado durante el proceso de producción.

Gráfico N° 48
Embotelladora



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Frigorífico:** Mantiene al jugo a una temperatura para que éste se conserve fresco sin perder su sabor.

Gráfico N° 49

Frigorífico



Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.4.2. Herramientas

Las herramientas que intervienen en el proceso de producción se detallan a continuación:

- **Guantes quirúrgicos:** Se utilizan para el contacto con los ingredientes durante todo el proceso productivo.

Gráfico N° 50

Guantes quirúrgicos



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Colador metálico:** Permite filtrar el jugo y separarlo de residuos o impurezas luego de haber sido elaborado.

Gráfico N° 51
Colador metálico



Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Tanque de acero inoxidable:** Almacena el jugo de forma que éste no mantenga contacto con impurezas

Gráfico N° 52
Tanque de acero inoxidable



Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.4.3. Equipo de computación

Cuadro N° 49
Detalle de equipo de computación

EQUIPO		CARACTERÍSTICAS
Computador	Color	Negro Gris
	Procesador	Intel Pentium
	Memoria	4gb.
	Monitor	20" LED LG
Impresora Multifunción	Marca	Epson
	Modelo	L210
	Funciones	Imprime, copia, escanea, bn/color

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.4.4. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción de cada una de las maquinarias que se van a utilizar como se muestra a continuación:

Cuadro N° 50

Capacidad Instalada

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Observaciones
Tanque de inmersión	75.000	Gramos	El jugo necesita de un total de 160 gramos, por lo que se utilizara esta máquina dos veces en un día por un lapso de 20 minutos para cubrir la elaboración de 800 unidades diarias.
Despulpadora	20.000	Gramos	El proceso de despulpado necesita ser repetido 8 veces al día, por un periodo de 10 minutos cada repetición para despulpar 144.000 gramos diarios, equivalentes a 800 unidades.
Procesador eléctrico	20.000	Gramos	Al igual que el despulpado es necesario repetir este proceso 8 veces al día para cubrir la producción de 800 unidades diarias.
Caldero marmita	20	Litros	El proceso de pasteurización de 800 unidades diarias se lo hará en 3 calderos, cada uno será utilizado dos veces al día para producir 400 litros de jugo.
Cocina industrial	3	Hornillas	Cada hornilla tiene capacidad para un caldero.
Embotelladora	2	Botellas	En un lapso de un minuto serán llenadas 4 botellas.
Frigorífico	900	Envases	El frigorífico se utilizará en la conservación de las 800 unidades que se producen diariamente.

4.5. Presupuesto técnico

El presupuesto técnico está compuesto de las inversiones fijas y variables como se detalla a continuación:

4.5.1. Inversiones fijas

Constituyen todos los activos tangibles necesarios para dar inicio al proceso de elaboración y comercialización del producto. Dentro de este grupo de inversiones se encuentran los siguientes activos:

- **Maquinaria**

La maquinaria que interviene en el proceso productivo anteriormente detallada, tendrá los siguientes costos de adquisición:

Cuadro N° 51

Maquinaria

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tanque de inmersión	1	1.260,00	1.260,00
Despulpadora	1	420,00	420,00
Procesador eléctrico	1	60,00	60,00
Caldero marmita	3	210,00	630,00
Cocina industrial	2	180,00	360,00
Embotelladora	1	530,00	530,00
Frigorífico	2	1.080,00	2.160,00
	Total		5.420,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Herramientas**

Las herramientas ayudarán en el proceso de elaboración del producto que se detallaron con anterioridad, tienen los siguientes costos:

Cuadro N° 52**Herramientas**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Guantes quirúrgicos (caja)	10	17,00	170,00
Colador metálico	3	15,00	45,00
Tanque de acero inoxidable	3	60,00	180,00
			395,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Muebles y enseres**

Los muebles necesarios para la adecuación del área administrativa, de ventas y de producción tendrán los siguientes costos:

Cuadro N° 53**Muebles y enseres**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estación de trabajo	4	141,07	564,28
Sillas	8	30,89	247,12
Silla gerencial	4	106,07	424,28
Archivador	4	131,96	527,84
Mesa de acero inoxidable	3	70,00	210,00
	Total		1.973,52

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Equipo de computación**

El equipo de computación necesario para el funcionamiento del área administrativa y de ventas es el siguiente:

Cuadro N° 54**Equipo de computación**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores	4	500,00	2.000,00
Impresora multifunción	1	309,00	309,00
	Total		2.309,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Equipo de oficina**

El equipo que ayudará a cumplir las actividades administrativas, tendrá los siguientes costos:

Cuadro N° 55**Equipo de oficina**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	1	30,00	30,00
Wireless	1	50,00	50,00
	Total		80,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Vehículo**

El vehículo será utilizado para el transporte de los productos elaborados hacia las tiendas y abastos ubicados en la ciudad de Ibarra, su costo será:

Cuadro N° 56**Vehículo**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camioneta	1	14.500,00	14.500,00
	Total		14.500,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Gasto instalación**

Este gasto se refiere a los desembolsos generados por la adecuación de la maquinaria, muebles y equipos dentro de la infraestructura de la microempresa.

Cuadro N° 57

Gasto Instalación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gasto instalación	1	300,00	300,00
Total			300,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Resumen de la inversión fija**

El siguiente cuadro resume, muestra los desembolsos realizados en la inversión fija:

Cuadro N° 58

Resumen de la inversión fija

Detalle	Valor
Maquinaria	5.420,00
Herramientas	395,00
Muebles y enseres	1.973,52
Equipo de computación	2.309,00
Equipo de oficina	80,00
Vehículo	14.500,00
Gasto instalación	300,00
Total	24.977,52

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.5.2. Inversiones variables

- **Materia prima directa**

Para la elaboración del producto, se considera como materia prima al amaranto que será adquirido por quintales y a la guayaba por cajas, las cuales contiene 9kg del fruto. Cada envase

de jugo tendrá 500ml, los cuales equivalen a 160g de guayaba y 180g de amaranto. Por lo que la materia prima se detalla de la siguiente manera:

Cuadro N° 59

Materia prima directa requerida

PRODUCTO	CANT. REQUERIDA POR UNIDAD (Gr.)	N° UNIDADES ANUALES	TOTAL GR. A UTILIZAR
Amaranto	160	191.954	30.712.622
Guayaba	180	191.954	34.551.700

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para la elaboración de 191 954 envases anuales es necesaria la adquisición de 2.336 cajas de guayaba, cada una tiene un precio de 6 dólares; mientras que el amaranto tiene un valor de 48 dólares por quintal y serán necesarios 187 quintales al año para cubrir la producción deseada.

Cuadro N° 60

Materia Prima Directa

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Amaranto	3.413	6,00	20.475,00
Guayaba	346	48,00	16.585,00
	Total		37.060,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Mano de obra directa**

La mano de obra se refiere al desembolso de los sueldos del personal que interviene directamente en el proceso productivo.

Cuadro N° 61**Mano de obra**

N°	Cargo	Salario	Aporte patronal	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
1	Jefe de producción	400,00	48,60	33,33	30,50	16,67	529,10	6.349,20
2	Obreros	366,00	44,47	30,50	30,50	15,25	486,72	5.840,63
Total								12.189.83

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Costos indirectos de fabricación:**

- ✓ **Materia prima indirecta:** Se refiere a los insumos requeridos para la elaboración del producto, los cuales se muestran a continuación:

Cuadro N° 62**Materia prima indirecta**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Preservantes	12	8,00	96,00
Botellas plásticas	116.804	0,07	13.437,00
Etiquetas	116.804	0,06	11.517,00
Total			25.050,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- ✓ **Consumo de energía eléctrica:** En la resolución No. 043/11 del Directorio del Consejo Nacional de Electricidad (Ver anexo 7), se especifica que por un consumo de entre 501-700 KW/h el costo es de 11,85 dólares para la región sierra, por lo que el costo de energía eléctrica para cada maquinaria es:

Cuadro N° 63**Consumo de energía eléctrica**

MAQUINARIA	CONSUMO KW.	COSTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tanque de inmersión	120	0,1975	23,70	284,40
Despulpadora	77	0,1975	15,21	182,49
Procesador eléctrico	85	0,1975	16,79	201,45
Embotelladora	104	0,1975	20,54	246,48
Frigorífico	184	0,1975	36,34	435,08
Total			112,58	1.350,90

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- ✓ **Consumo de agua potable:** Para establecer los costos por consumo de agua potable, se consideró la información brindada por el departamento de facturación y micro medición de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAPA), donde establece que el costo para la categoría industrial por un consumo de 201 m³ en adelante es de 0,554 dólares. Por lo que el costo será:

Cuadro N° 64**Consumo de agua potable**

DESCRIPCIÓN	M3	COSTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Limpieza y lavado	50	0,5540	27,70	332,40

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los costos indirectos de fabricación del producto están constituidos de la siguiente manera:

Cuadro N° 505**Costos indirectos de fabricación**

DETALLE	COSTO ANUAL
Materia prima indirecta	25.050,01
Consumo de energía eléctrica	1.350,90
Consumo de agua potable	332,40
Total	26.733,31

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Gastos administrativos**

Son desembolsos referentes a la administración de la microempresa, por ejemplo los sueldos del personal administrativo, como se muestra a continuación:

Cuadro N° 66**Sueldos administrativos**

N°	Cargo	Salario	Aporte patronal	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
1	Gerente	680,00	82,62	56,67	30,50	28,33	878,12	10.537,44
2	Secretaria-contadora	400,00	48,60	33,33	30,50	16,57	529,10	6.349,20
Total							16.886,64	

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los valores que corresponden a cada cuenta de los gastos administrativos se detallan a continuación:

Cuadro N° 67**Gastos administrativos**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos administrativos	1.407,22	16.886,64
Suministros de limpieza	30,00	360,00
Útiles de oficina	22,00	264,00
Servicios básicos	60,00	720,00
Combustible	90,00	1.080,00
Mantenimiento	120,00	1.440,00
Arriendo	250,00	3.000,00
Total		23,750.64

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Gastos de venta**

Como su nombre lo indica son aquellos desembolsos generados por actividades relacionados con las ventas, como se muestra a continuación:

Cuadro N° 68**Sueldos de ventas**

N°	Cargo	Salario	Aporte patronal	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
1	Vendedor	400,00	48,60	33,33	30,50	16,67	529,10	6.349,20
Total								6.349,20

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Por medio de la pregunta N° 7 de la encuesta aplicada a la población de la ciudad de Ibarra, la forma adecuada para promocionar el producto es mediante las redes sociales, por lo que se ha considerado a Facebook como el medio apto para dicha publicidad; Esta red nos informa en su página que el costo de la publicidad es de un dólar diario.

Cuadro N° 69**Gasto publicidad**

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad en Facebook	30,00	360,00
Total		360,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los gastos generados por la venta del producto, se muestran de la siguiente forma:

Cuadro N° 70**Gastos de venta**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo vendedor	529,10	6.349,20
Publicidad	30,00	360,00
Total		6.709,20

Elaborado por: La autora
Año: 2016

- **Gastos de constitución**

Son los gastos generados en la etapa inicial del proyecto, es decir, aquellos que son necesarios para la creación de la microempresa.

Cuadro N° 71**Gastos de constitución**

DETALLE	VALOR
Patente municipal	40,00
Permiso de bomberos	20,00
Permiso de funcionamiento	60,00
Garantía del local comercial	400,00
Elaboración del proyecto	680,00
Total	1.200,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.5.3. Capital de trabajo

Esta cuenta está constituida por los activos necesarios para financiar el inicio de las operaciones; está calculado para los tres primeros meses de vida del proyecto. El capital de trabajo está constituido de la siguiente manera:

Cuadro N° 72

Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR TRIMESTRAL
Materia prima directa	37.059,90	9.264,97
Mano de obra directa	12.189,83	3.047,46
Costos indirectos de fabricación	26.733,31	6.683,33
Gastos administrativos	23.750,64	5.937,66
Gastos de venta	6.709,20	1.677,30
Gastos de constitución	1.200,00	300,00
Total	107.642,87	26.910,72

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.5.4. Inversión total del proyecto

El valor de la inversión inicial del proyecto se detalla de la siguiente manera:

Cuadro N° 73

Inversión Total

DETALLE	VALOR
Inversión fija	24.977,52
Capital de trabajo (3 meses)	26.910,72
Total	51.888,24

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.5.5. Financiamiento

Para dar inicio con el proyecto se cuenta con 19.000 dólares, el resto del resto del monto total, será financiado por el Banco el Banco Nacional de Fomento.

Cuadro N° 74**Financiamiento**

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Propio	19.000,00	37%
Financiamiento	32.888,24	63%
Total	45.911,58	100%

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.6. Operación del proyecto**4.6.1. Adquisición de la materia prima**

Para la adquisición de cada uno de los ingredientes se contará con un proveedor como se especifica a continuación:

Cuadro N° 75**Proveedores**

NOMBRE	TELÉFONO	UBICACIÓN
Sr. Sandra Moreno	0994594231	Parroquia La Carolina, sector Cachaco
Srta. María Hernández	0999774306	Parroquia Cotacachi, sector Quiroga

Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.6.2. Proceso de elaboración**Cuadro N° 76****Proceso de elaboración**

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Selección	<p>Tanto el amaranto como la guayaba se someterán a un proceso donde se seleccionará aquellas frutas y granos que cumplan con los requerimientos para la elaboración del jugo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guayaba: se escogerá la fruta que esté completamente madura y no tenga daño microbiano, la selección será realizado sobre una mesa de acero inoxidable.

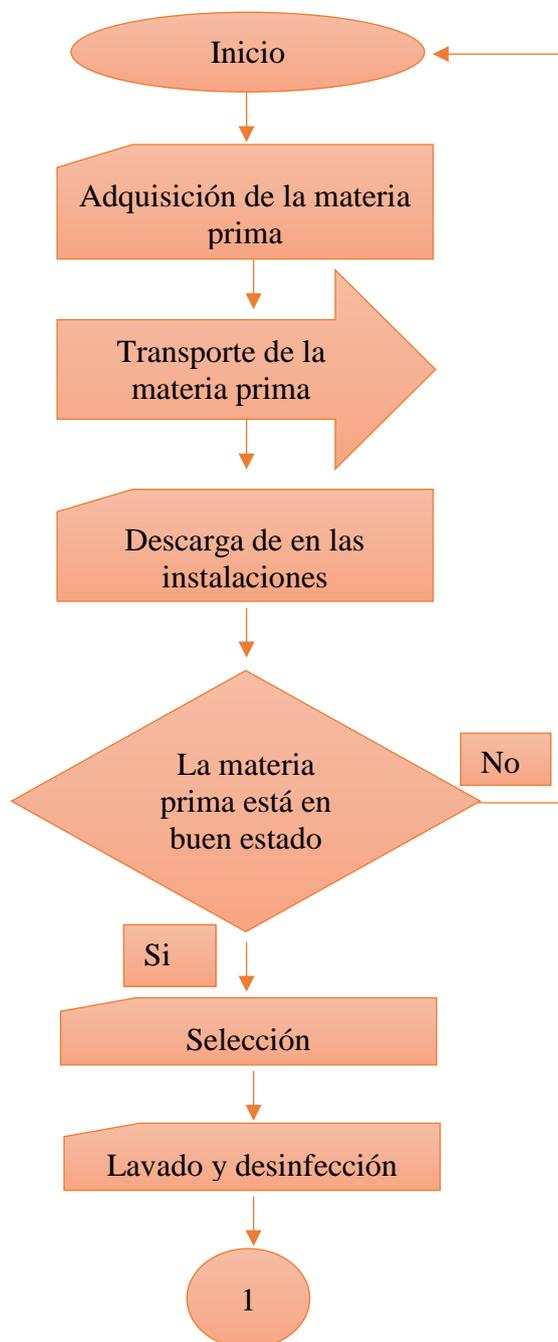
	<ul style="list-style-type: none"> • Amaranto: será seleccionado de manera minuciosa, dejando a un lado cualquier materia extraña o impureza.
Lavado y desinfección	<p>Una vez seleccionados los ingredientes adecuados se procederá con su lavado y desinfección:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guayaba: la fruta será sumergida en un tanque de inmersión, donde se pondrá en contacto con un producto desinfectante llamado hipoclorito de sodio con una concentración de 15 ppm en agua potable. • Amaranto: Al igual que la guayaba, se utilizará hipoclorito de sodio al 0,1% en peso, este proceso se realizará de forma manual dentro de un tanque de acero inoxidable dejando a la semilla lista para el siguiente proceso.
Enjuague	<p>Luego de haber sido limpiados tanto el amaranto como la guayaba se someterán a un proceso donde serán enjuagados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guayaba: El secado se lo realiza sobre la banda transportadora que sale del tanque de inmersión, donde se eliminarán residuos de desinfectante mediante chorros de agua limpia. • Amaranto: Los granos serán sacados de los tanques de acero inoxidable para que se puedan secar a temperatura de ambiente.
Despulpado y refinado de la guayaba	<p>El proceso de despulpado comienza con la introducción de la fruta entera en la máquina despulpadora, que será la encargada de separar la parte comestible de la cáscara y la semilla, obteniendo de esta manera la pulpa de la fruta. En el proceso de refinación se eliminan manualmente pequeños residuos de material no comestible que haya quedado luego del despulpado.</p>
Liculado del amaranto	<p>Una vez secas las semillas de amaranto son colocadas dentro del procesador eléctrico.</p>
Mezclado	<p>El jugo será puesto en un tanque de acero inoxidable, para que puedan reposar durante 30 minutos junto con ácido cítrico y citrato de potasio, que permiten la conservación de la bebida dentro de su envase.</p>
Cernido	<p>Luego de ser mezclado se procederá a cernir el jugo para separar la parte sólida que proviene del liculado del amaranto, luego de haber concentrado su sabor junto con el de la guayaba.</p>

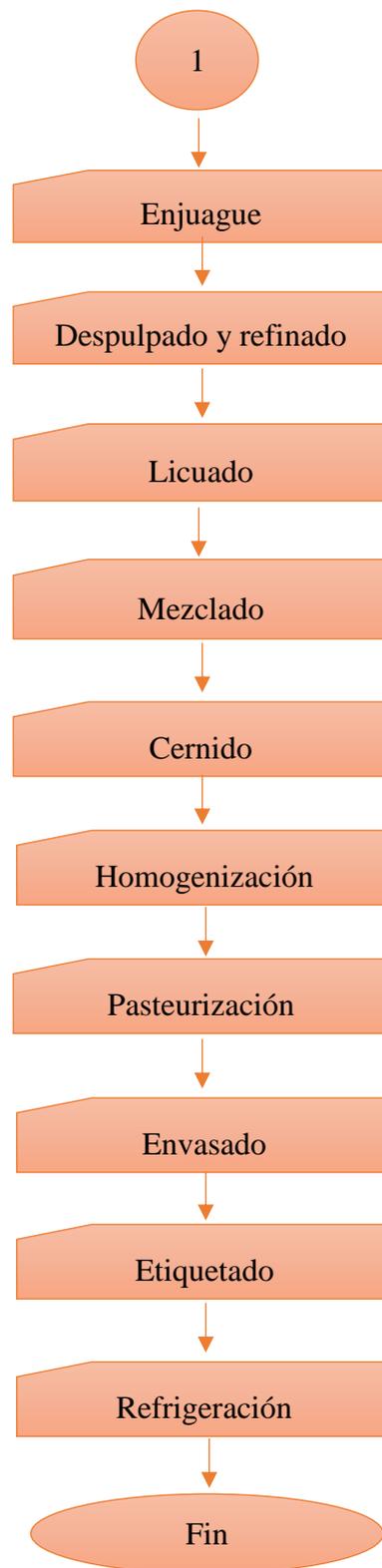
Homogenización	El objetivo de esta etapa es mezclar bien el néctar obtenido para homogenizar ambos sabores y puedan fundirse en uno.
Pasteurización	Durante este proceso el producto es calentado a una temperatura que permita que los microorganismos patógenos sean destruidos. La pasteurización contribuye a aumentar la vida útil bajo refrigeración de 5 a 6 semanas más de lo previsto.
Envasado	El jugo es envasado por la máquina embotelladora, la cual se encarga de llenar las botellas previamente esterilizadas, dejando un espacio equivalente al 3% del tamaño del envase, para luego ser selladas.
Etiquetado	El proceso de etiquetado de las botellas se lo realizará manualmente, la etiqueta contendrá un diseño llamativo, los registros sanitarios correspondientes, los ingredientes necesarios para su elaboración y su beneficio nutricional.
Refrigerado	Los envases serán puestos en un frigorífico, que se encargará de mantener el producto a una temperatura adecuada que le permita conservarse en condiciones óptimas para su consumo.

4.7. Flujograma de procesos

Gráfico N° 53

Flujograma del proceso de elaboración de una bebida a base de amaranto y guayaba

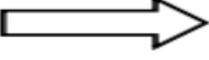




4.8. Flujograma de operación

Gráfico N° 54

Simbología

Simbología	Descripción de la operación
	Operación simple
	Operación combinada
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Verificación y control

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El siguiente Flujograma de operaciones representa el tiempo ocupado en la elaboración de 120 botellas de jugo de amaranto con guayaba.

Gráfico N° 55

Flujograma de operaciones

		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Adquisición de la materia prima.	No tiene tiempo
2		Transporte de la materia prima.	No tiene tiempo
3		Descarga de la materia prima.	No tiene tiempo
4		Selección	15 minutos
5		Lavado y desinfección	10 minutos
6		Enjuague	5 minutos
7		Despulpado y refinado	10 minutos
8		Licuada	3 minutos
9		Mezclado	3 minutos
10		Cernido	7 minutos
11		Homogenización	15 minutos
12		Pasteurizado	20 minutos
13		Envasado	20 minutos
14		Etiquetado	10 minutos
15		Almacenado	5 minutos
		Total	123 minutos

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Según muestra el Flujograma de operaciones, los tiempos estimados muestran que se elaborará aproximadamente una botella de jugo de amaranto con guayaba por minuto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Estado de situación inicial

El presente estado tiene la finalidad mostrar la situación al inicio de las operaciones, como se muestra a continuación:

Cuadro N° 77

Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
“JUS DE FRUIT”			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS NO CORRIENTES	
Capital de trabajo	26.910,72	Deuda a largo plazo	32.888,24
Total activos corrientes	26.910,72	Total pasivo no corriente	32.888,24
ACTIVOS NO CORRIENTES		TOTAL PASIVOS	32.888,24
PROPIEDAD DEL PROYECTO			
Maquinaria	5.420,00	PATRIMONIO	Aporte propio 19.000,00
Herramientas	395,00		
Muebles y enseres	1.973,52		
Equipo de computación	2.309,00		
Equipo de oficina	80,00		
Vehículo	14.500,00		
Instalación	300,00		
Total activos fijos	24.977,52		
TOTAL ACTIVOS	<u>51.888,24</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>51.888,24</u>

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.2. Determinación de ingresos proyectados

Para dar inicio con la determinación de los ingresos proyectados, primeramente se estableció los costos de producción, como se muestra a continuación:

Cuadro N° 78

Costo de producción

	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	VALOR TOTAL
Materia prima	Amaranto (quintal)	3.413	6,00	20.475,08
directa	Guayaba (caja)	346	48,00	16.584,82
Mano de obra	Jefe de producción	1	6.349,20	6.349,20
directa	Obreros	2	5.840,63	11.681,26
Costos	Materia prima indirecta	1	25.050,01	25.050,01
indirectos de	Consumo de energía eléctrica	1	1.350,90	1.350,90
fabricación	Consumo de agua potable	1	332,40	332,40
	TOTAL			81.823,66

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para el establecimiento del precio de venta, es necesario conocer el costo de producción unitario, como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 79

Costo de producción unitario

UNIDADES	COSTO DE PRODUCCIÓN	
	TOTAL	UNITARIO
191.954	81.823,66	0,43

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Una vez establecido el costo de producción unitario, se asignó un porcentaje de utilidad a este valor, para así obtener el precio de venta.

Cuadro N° 80**Precio de venta**

COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
0,43	76%	0,75

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Con el precio de venta, se logró establecer los ingresos. Para el cálculo de las proyecciones de precios se utilizó la tasa de inflación correspondiente al mes de marzo del año 2016 que asciende al 2,32% y para el cálculo del crecimiento del volumen de producción se empleó la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, correspondiente al 2,02%

Cuadro N° 81**Determinación de ingresos proyectados**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	Año 2020	Año 2021
Precio de venta	0,75	0,77	0,79	0,80	0,82
Volumen (unidades)	191.954	195.831	199.787	203.823	207.940
Total	144.009,64	150.327,15	156.921,79	163.805,74	170.991,67

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3. Determinación de egresos proyectados**5.3.1. Proyección de la materia prima directa**

Para la elaboración de esta bebida son considerados como materia prima directa la guayaba y el amaranto. Para su proyección fue utilizada la tasa de inflación del 2,32% correspondiente al mes de marzo del 2016 en lo que respecta a precios, mientras que para el volumen se consideró la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, cuyo porcentaje es de 2,02%

Cuadro N° 82**Proyección de la materia prima**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Guayaba					
Precio	6,00	6,14	6,28	6,43	6,58
Volumen (cajas)	3.412,51	3.481,45	3.551,77	3.623,52	3.696,71
Total guayaba	20.475,08	21.373,30	22.310,91	23.289,66	24.311,35
Amaranto					
Precio	48,00	49,11	50,25	51,42	52,61
Volumen (quintales)	346	352	360	367	374
Total amaranto	16.584,82	17.312,37	18.071,84	18.864,63	19.692,19
TOTAL MPD	37.059,90	38.685,66	40.382,75	42.154,29	44.003,54

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3.2. Proyección de mano de obra directa

Para el cálculo de la proyección de la mano de obra directa, se estableció un porcentaje en base al crecimiento que ha tenido el salario básico unificado en los últimos cinco años.

Cuadro N° 83**Crecimiento del salario básico unificado**

AÑOS	SBU	CRECIMIENTO
2012	292,00	
2013	318,00	8,90%
2014	340,00	6,92%
2015	354,00	4,12%
2016	366,00	3,39%
Promedio de crecimiento		5,83%

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El código de trabajo en el año 2016, establece 160 horas laborables en el mes, cada hora tendrá un costo 2,29 dando como resultado un valor de 366,00 dólares, que equivalen al salario básico unificado del año correspondiente, más los beneficios de ley, como se detalla a continuación:

Cuadro N° 84**Proyección de la mano de obra directa**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
JEFE DE PRODUCCIÓN					
Salario mensual	400,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Salario anual	4.800,00	5.079,96	5.376,24	5.689,81	6.021,67
Aporte patronal	583,20	617,21	653,21	691,31	731,63
Décimo tercer sueldo	366,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Décimo cuarto sueldo	400,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Vacaciones	200,00	211,66	224,01	237,08	250,90
Fondos de reserva		423,33	448,02	474,15	501,81
Total	6.749,20	7.566,17	8.007,47	8.474,50	8.968,77
OBRERO 1					
Salario mensual	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Salario anual	4.392,00	4.648,16	4.919,26	5.206,18	5.509,83
Aporte patronal	533,63	564,75	597,69	632,55	669,44
Décimo tercer sueldo	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Décimo cuarto sueldo	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Vacaciones	183,00	193,67	204,97	216,92	229,58
Fondos de reserva		387,35	409,94	433,85	459,15
Total	6.206,63	6.955,97	7.361,68	7.791,04	8.245,45
OBRERO 2					
Salario mensual	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Salario anual	4.392,00	4.648,16	4.919,26	5.206,18	5.509,83
Aporte patronal	533,63	564,75	597,69	632,55	669,44
Décimo tercer sueldo	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Décimo cuarto sueldo	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Vacaciones	183,00	193,67	204,97	216,92	229,58
Fondos de reserva		387,35	409,94	433,85	459,15
Total	6.206,63	6.955,97	7.361,68	7.791,04	8.245,45
TOTAL MOD	19.162,46	21.478,12	22.730,82	24.056,59	25.459,68

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3.3. Proyección de costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación fueron proyectados mediante la tasa de inflación correspondiente al mes de marzo del 2016, que corresponde al 2,32%.

Cuadro N° 85

Proyección de costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Materia prima indirecta					
Preservantes	96,00	98,23	100,51	102,84	105,22
Botellas	13.436,77	13.748,51	14.067,47	14.393,84	14.727,77
Etiquetas	11.517,23	11.784,43	12.057,83	12.337,57	12.623,81
Total MPI	25.050,01	25.631,17	26.225,81	26.834,25	27.456,80
Consumo de energía eléctrica	1,350,90	1.382,24	1.414,31	1.447,12	1.480,69
Consumo de agua potable	332,40	340,11	348,00	356,08	364,34
TOTAL CIF	26.733,31	27.353,52	27.988,12	28.637,44	29.301,83

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los costos de producción proyectados tienen los siguientes valores:

Cuadro N° 86

Costos de producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Materia prima directa	37.059,90	38.685,66	40.382,75	42.154,29	44.003,54
Mano de obra directa	19.162,46	21.478,12	22.730,82	24.056,59	25.459,68
Costos indirectos de fabricación	26.733,31	27.353,52	27.988,12	28.637,44	29.301,83
TOTAL	82.955,66	87.517,30	91.101,70	94.848,32	98.765,05

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3.4. Proyección gastos administrativos

Los gastos administrativos están constituidos, por todos los desembolsos que se encuentren relacionados con la administración de la microempresa, entre estos rubros se

encuentran los salarios del personal que desempeña actividades dentro de este departamento, los cuales serán proyectados con la tasa de crecimiento del salario básico unificado de los últimos 5 años, correspondiente al 5,83%.

Cuadro N° 87

Proyección de sueldos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
GERENTE					
Salario mensual	680,00	719,66	761,63	806,06	853,07
Salario anual	8.160,00	8.635,93	9.139,62	9.672,68	10.236,83
Aporte patronal	991,44	1.049,27	1.110,46	1.175,23	1.243,78
Décimo tercer sueldo	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Décimo cuarto sueldo	680,00	719,66	761,63	806,06	853,07
Vacaciones	340,00	359,83	380,82	403,03	426,53
Fondos de reserva		719,66	761,63	806,06	853,07
Total	11.217,44	12.591,35	13.325,74	14.102,96	14.925,50
SECRETARIA					
CONTADORA					
Salario mensual	400,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Salario anual	4.800,00	5.079,96	5.376,24	5.689,81	6.021,67
Aporte patronal	583,20	617,21	653,21	691,31	731,63
Décimo tercer sueldo	366,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Décimo cuarto sueldo	400,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Vacaciones	200,00	211,66	224,01	237,08	250,90
Fondos de reserva		423,33	448,02	474,15	501,81
Total	6.749,20	7.566,17	8.007,47	8.474,50	8.968,77
TOTAL	17.966,64	20.157,53	21.333,21	22.577,46	23.894,28

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los demás rubros correspondientes a los gastos de administración fueron proyectados utilizando la tasa de inflación correspondiente al mes de marzo del 2016, cuyo porcentaje es de 2,32%.

Cuadro N° 88**Proyección de gastos administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Sueldos administrativos	17,966.64	18.383,47	18.809,96	19.246,35	1.692,87
Suministros de limpieza	360,00	368,35	376,90	385,64	394,59
Útiles de oficina	264,00	270,12	276,39	282,80	289,37
Servicios básicos	720,00	736,70	753,80	771,28	789,18
Combustible	1.080,00	1.105,06	1.130,69	1.156,93	1.183,77
Mantenimiento	1.440,00	1.473,41	1.507,59	1.542,57	1.578,35
Arriendo	3.000,00	3.069,60	3.140,81	3.213,68	3.288,24
Total	24.830,64	25.406,71	25.996,15	26.599,26	27.216,36

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3.5. Proyección de gastos de venta

Dentro de los rubros que componen los gastos de venta se encuentran los salarios de ventas, los cuales han sido proyectados de acuerdo a la tasa de crecimiento del salario básico unificado de los últimos 5 años, correspondiente al 5,83%.

Cuadro N° 89**Proyección de los sueldos de ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
VENDEDOR					
Salario mensual	400,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Salario anual	4.800,00	5.079,96	5.376,24	5.689,81	6.021,67
Aporte patronal	583,20	617,21	653,21	691,31	731,63
Décimo tercer sueldo	366,00	423,33	448,02	474,15	501,81
Décimo cuarto sueldo	400,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Vacaciones	200,00	211,66	224,01	237,08	250,90
Fondos de reserva		423,33	448,02	474,15	501,81
Total	6.749,20	7.566,17	8.007,47	8.474,50	8.968,77

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El gasto correspondiente a la publicidad fue proyectado para la tasa de inflación correspondiente al 2,32%.

Cuadro N° 90

Proyección de gastos de venta

DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Sueldos ventas	5.840,88	6.665,54	7.171,95	7.716,84	8.303,13
Publicidad	840,00	880,91	923,81	968,80	1.015,98
Total	6.680,88	7.546,45	8.095,76	8.685,64	9.319,11

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.3.6. Gastos financieros

El préstamo será financiado en el BanEcuador, anteriormente conocido como el Banco Nacional de Fomento. El monto solicitado es de 32.888,24 dólares; la entidad financiera otorga el 15% de interés anual, para microcréditos de crecimiento destinados a actividades de comercio y servicios; el plazo solicitado para el pago de la deuda es de 5 años. El monto será amortizado de la siguiente manera:

Cuadro N° 91

Amortización de la deuda

PERIODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
0				32.888,24
1	9.811,07	4.877,84	4.933,24	28.010,40
2	9.811,07	5.609,51	4.201,56	22.400,89
3	9.811,07	6.450,94	3.360,13	15.949,95
4	9.811,07	7.418,58	2.392,49	8.531,37
5	9.811,07	8.531,37	1.279,71	0,00

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los requisitos que se debe cumplir para el otorgamiento del crédito en el BanEcuador son los siguientes:

- Copia a blanco y negro o a color de la cedula de ciudadanía del solicitante, del garante y de sus conyugues (o convivientes en unión de hecho legalmente reconocida) según sea el caso.
- Copia a blanco y negro o a color de la papeleta de votación actualizada del solicitante, del garante y de sus conyugues (o convivientes en unión de hecho legalmente reconocida) según sea el caso. Para el caso de personas especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación opcional.
- Original o copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono fijo (con antigüedad no mayor a 60 días), tanto para el solicitante como para el garante.

5.4. Depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos, se utilizó el método de línea recta, aplicando los porcentajes establecidos en el artículo 28 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro N° 92

Porcentajes de depreciación

DETALLE	PORCENTAJE
Inmuebles, naves, aeronaves, barcasas y similares.	5% anual
Instalaciones, maquinarias, equipos muebles.	10% anual
Vehículos, equipo de transporte y equipo caminero.	20% anual
Equipo de cómputo y software	33% anual

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Las depreciaciones correspondientes a cada activo se muestran a continuación; en el caso del equipo de cómputo se hace una reinversión en el cuarto año, por un valor igual.

Cuadro N° 93**Depreciación de activos fijos**

ACTIVO FIJO	VALOR	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	VALOR DEPRECIADO
Maquinaria	5.420,00	542,00	542,00	542,00	542,00	542,00	2.710,00
Herramientas	395,00	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	197,50
Muebles y enseres	1.973,52	197,35	197,35	197,35	197,35	197,35	986,76
Equipo de computo	2.309,00	761,97	761,97	761,97	761,97	761,97	3.809,85
Equipo de oficina	80,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	40,00
Vehículo	14.500,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	14.500,00
Total	24.677,52	4.448,82	4.448,82	4.448,82	4.448,82	4.448,82	22.244,11

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.5. Estado de resultados integral proyectado

Cuadro N° 94

Estado de Resultado Integral proyectado

Estado de Resultados Integral Proyectado "Jus de Fruit"					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ingresos proyectados	144,009.64	150,327.15	156,921.79	163,805.74	170,991.67
Ventas	144,009.64	150,327.15	156,921.79	163,805.74	170,991.67
Otros ingresos					
(-) COSTOS OPERATIVOS	82,955.66	87,517.30	91,101.70	94,848.32	98,765.05
Materia prima directa	37,059.90	38,685.66	40,382.75	42,154.29	44,003.54
Mano de obra directa	19,162.46	21,478.12	22,730.82	24,056.59	25,459.68
Costos indirectos de fabricación	26,733.31	27,353.52	27,988.12	28,637.44	29,301.83
(=) UTILIDAD BRUTA	61,053.98	62,809.84	65,820.10	68,957.42	72,226.62
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	29,279.46	29,855.53	30,444.97	31,048.08	31,665.18
Sueldos administrativos	17,966.64	18,383.47	18,809.96	19,246.35	19,692.87
Suministros de limpieza	360.00	368.35	376.90	385.64	394.59
Útiles de oficina	264.00	270.12	276.39	282.80	289.37
Servicios básicos	720.00	736.70	753.80	771.28	789.18
Combustible	1,080.00	1,105.06	1,130.69	1,156.93	1,183.77
Mantenimiento	1,440.00	1,473.41	1,507.59	1,542.57	1,578.35
Arriendo	3,000.00	3,069.60	3,140.81	3,213.68	3,288.24
Depreciación	4,448.82	4,448.82	4,448.82	4,448.82	4,448.82
(-) GASTOS DE VENTAS	7,109.20	7,934.53	8,384.37	8,860.14	9,363.36
Sueldos ventas	6,749.20	7,566.17	8,007.47	8,474.50	8,968.77
Publicidad	360.00	368.35	376.90	385.64	394.59
(-) GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1,200.00				
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	23,465.32	25,019.78	26,990.76	29,049.20	31,198.08
Gastos financieros	4,933.24	4,201.56	3,360.13	2,392.49	1,279.71
(=) UT. ANTES DE OBLIGACIONES	18,752.08	20,818.22	23,630.63	26,656.70	29,918.38
(-) 15% participación trabajadores	2,779.81	3,122.73	3,544.59	3,998.51	4,487.76
(=) UT. ANTES DEL IR	16,752.27	17,695.49	20,086.04	22,658.20	25,430.62
(-) Impuesto a la renta	304.23	498.55	737.60	994.82	1,272.06
(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA	15,448.04	17,196.94	19,348.43	21,663.38	24,158.56

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Nota aclaratoria: se provisionará el 30% de la utilidad neta de cada año, con la finalidad de tener una cantidad de recursos para estar preparados por si se produjese el pago de una obligación extraordinaria en el momento que sea necesario.

5.6. Flujo de caja proyectado

Cuadro N° 95

Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	Flujo de caja proyectado "Jus de Fruit"				
	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
INGRESOS					
Utilidad neta proyectada	16.366,04	17.196,94	19.348,43	21.663,38	24.158,56
Depreciación de activos	4.448,82	4.448,82	4.448,82	4.448,82	4.448,82
Reinversión				2.309,00	
Valor de rescate					4.696,23
Total ingresos	20.814,87	21.645,76	23.797,25	28.421,20	33.303,61
EGRESOS					
Pago de capital	4.877,84	5.609,51	6.450,94	7.418,58	8.531,37
Total egresos	4.877,84	5.609,51	6.450,94	7.418,58	8.531,37
FLUJO DE CAJA NETO	15.019,03	16.036,25	17.346,32	21.002,62	24.772,24

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.7. Evaluación financiera

Por medio de la aplicación de evaluadores financieros se podrá determinar si es o no factible la puesta en marcha del proyecto.

5.7.1. Costo de oportunidad

Para calcular el costo de oportunidad se tomó el porcentaje de aporte propio que es de 37% y el capital financiado que corresponde al 63%, también fueron utilizadas las tasas referenciales activa y pasiva del BanEcuador.

Cuadro N° 9651**Costo de oportunidad**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	%	PROMEDIO PONDERADO
Inversión financiada	19.000,00	37%	Activa	8,38%	3,07%
Inversión propia	32.888,24	63%	Pasiva	5,51%	3,49%
COSTO DE OPORTUNIDAD					6,56%

Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.7.2. Tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento medio (TRM), determina el rendimiento mínimo esperado del proyecto, para su cálculo se utilizó la tasa de inflación del mes de marzo del 2016, correspondiente al 2,32% y el costo de oportunidad de la siguiente manera:

Fórmula:

$$\text{TRM} = (1+ck) (1+Inf)-1$$

Donde:

TRM = Tasa de rendimiento medio

CK = Costo de oportunidad

Inf = Inflación

Reemplazando:

$$\text{TRM} = (1+0,1268) (1+0,0232)-1$$

$$\text{TRM} = 9,03\%$$

5.7.3. Valor actual neto

El valor actual neto (VAN), es un indicador que permite conocer si el proyecto generará flujos de efectivo suficientes para cubrir la inversión. Para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión inicial}$$

Cuadro N° 97

Valor actual neto

AÑO	FLUJOS DE CAJA NETOS	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
Inversión inicial	51.888,24	
Año 2017	15.019,03	13.774,74
Año 2018	16.036,25	13.489,19
Año 2019	17.346,32	13.382,33
Año 2020	21.002,62	14.860,71
Año 2021	24.772,24	16.075,81
Total		71.582,79

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{VAN} = 71.582,79 - 51.888,24$$

$$\text{VAN} = 19.694,55$$

El VAN arrojó un resultado mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable, ya que luego de recuperar la inversión inicial se ganará 19.694,55 dólares.

5.7.4. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) busca hacer que el VAN del proyecto se iguale a cero, por lo que el resultado es un porcentaje que muestra la rentabilidad al proyecto, dándole al inversionista un panorama claro de si es o no ideal invertir en la microempresa.

Cuadro N° 98**Tasa interna de retorno**

AÑO	FLUJOS DE CAJA NETOS
Inversión inicial	51.888,24
Año 2017	15.019,03
Año 2018	16.036,25
Año 2019	17.346,32
Año 2020	21.002,62
Año 2021	24.772,24

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula:

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

$$TIR = 22\%$$

La tasa interna de retorno es de 22%, este valor es superior a la tasa de rendimiento medio, que es del 9,03%, lo que quiere decir que el proyecto supera la tasa mínima aceptable para su factibilidad.

5.7.5. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación, como su nombre lo indica es el lapso de tiempo en el cual se recuperará al valor de la inversión inicial del proyecto.

Cuadro N° 99**Periodo de recuperación**

AÑOS	FLUJOS DE CAJA NETOS	RECUPERACIÓN
Inversión inicial	51.888,24	
Año 2017	15.937,03	15.019,03
Año 2018	16.036,25	31.055,28
Año 2019	17.346,32	48.401,59
Año 2020	21.002,62	69.404,21
Año 2021	24.772,24	94.175,46

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para obtener el tiempo exacto en el que se recuperará la inversión, se usaron los siguientes cálculos proporcionales:

Cuadro N° 100**Cálculo proporcional**

Valor a recuperar luego de tres años: 3.486,64	
21.002,62	12
3.486,64	x
Resultado	1,99

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El valor de la inversión será recuperado en un tiempo de 3 años y un mes, periodo que se considera razonable para la viabilidad del proyecto.

5.7.6. Índice costo beneficio

Este índice relaciona los ingresos y egresos proyectados con los valores presentes, de la siguiente manera:

Cuadro N° 521**Índice costo beneficio**

AÑOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
Año 2017	144.009,64	124.903,89	124.277,56	107.789,66
Año 2018	150.327,15	113.085,32	129.508,92	97.424,57
Año 2019	156.921,79	102.385,04	133.291,16	86.967,02
Año 2020	163.805,74	92.697,23	137.149,03	77.612,27
Año 2021	170.991,67	83.926,09	141.073,30	69.241,56
Total		516.997,56		439.035,08

Elaborado por: La autora
Año: 2016

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

$$C/B = \frac{516.997,56}{439.035,08}$$

$$C/B = 1,38$$

El resultado del índice costo beneficio indica, que por cada dólar invertido se ganará 38 centavos de dólar, lo que quiere decir que los ingresos solventarán los gastos.

5.7.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra el nivel de ventas tanto en unidades como monetariamente, que se requiere para generar utilidades. El cálculo fue hecho mediante las siguientes variables:

Cuadro N° 102**Análisis del punto de equilibrio**

DETALLE	VALOR
INGRESOS	144.009,64
Ventas totales	144.009,64
COSTOS FIJOS	41.321,90
Sueldos administrativos	17.966,64
Sueldos de ventas	6.749,20
Suministros de limpieza	360,00
Útiles de oficina	264,00
Servicios básicos	720,00
Combustible	1.080,00
Mantenimiento	1.440,00
Arriendo	3.000,00
Depreciación	4.448,82
Publicidad	360,00
Gasto financiero	4.933,24
COSTOS VARIABLES	82.955,66
Materia prima directa	37.059,90
Mano de obra directa	19.162,46
Costos indirectos de fabricación	26.733,31
PRECIO DE VENTA UNITARIO	0,75
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,43

Elaborado por: La autora
Año: 2016

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{41.321,90}{0,75 - 0,43}$$

$$PE = 55.079$$

El punto de equilibrio en unidades muestra que a partir del volumen obtenido en el resultado, se empezará a recuperar costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

$$PE\$ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{CV}{Ventas}\right)}$$

$$PE\$ = \frac{41.321,90}{1 - \left(\frac{82.955,66}{144.009,64}\right)}$$

$$PE\$ = 41.321,32$$

El punto de equilibrio en dólares indica que a partir de haber vendido el valor indicado, se comenzará a generar ganancias.

5.7.8. Resumen de la evaluación

Una vez realizada la evaluación financiera por medio de los indicadores anteriores, se concluyó que el proyecto es factible, puesto que arrojó los siguientes resultados:

Cuadro N° 103

Resumen de la evaluación

EVALUADOR	VALOR
Costo de oportunidad	6,56%
TRM	9,03%
VAN	19.694,55
TIR	22%
Periodo de recuperación	3 años, un mes
Índice costo beneficio	1,38
Punto de equilibrio en unidades	55.079
Punto de equilibrio en dólares	41.321,32

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1. La microempresa

El proyecto propone la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, donde existe un mercado apto para la introducción de este producto, y por lo tanto poner en marcha el proyecto con la finalidad de satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los consumidores ofreciendo una bebida de calidad y con un exquisito sabor.

6.1.1. Constitución

La microempresa será representada por una persona natural, que será la autora del proyecto, por lo tanto la razón social de la empresa llevará su nombre, y el RUC estará conformado por la cédula de identidad de dicha persona seguido de 001, como se muestra a continuación:

Gráfico N° 56

Razón social

Celene Estefanía García Moreno
1002916219001

Elaborado por: La autora
Año: 2016

El nombre comercial de la microempresa será “Jus de Fruit” el mismo que significa Jugo de Fruta en francés y se dará a conocer por medio del siguiente logotipo:

Gráfico N° 57**Logotipo**

Elaborado por: La autora
Año: 2016

6.1.2. Registros para la constitución

Como se indicó anteriormente la microempresa será representada por una persona natural. Las personas naturales que realicen alguna actividad económica deben realizar los siguientes trámites:

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**
 - ✓ Original y copia de la cédula de identidad del representante de la empresa.
 - ✓ Original y copia del certificado de votación del representante de la empresa.
 - ✓ Original y copia de un comprobante de pago de servicio básico del domicilio.
 - ✓ Original y copia de un comprobante de pago de servicio básico del local comercial.
- **Permiso del cuerpo de bomberos**
 - ✓ Original y copia de la cédula de identidad del representante de la empresa.
 - ✓ Original y copia del RUC.
 - ✓ Original y copia del título de artesano calificado (si lo fuere).
 - ✓ Pagar el valor de 20 dólares.
- **Patente municipal**
 - ✓ Documentos personales del representante legal (cédula de identidad y papeleta de votación).

- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Formulario de solicitud y declaración de la patente.
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio.
- **Permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud**
 - ✓ Ficha de inspección.
 - ✓ Documentos personales del representante legal.
 - ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
 - ✓ Copia de certificados de salud conferidos por los centros de salud de la Coordinación Zonal de Salud.
 - ✓ Pago de tasa.

6.1.3. Obligaciones tributarias

- **Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI.**

Todas las personas inscritas al RUC que realicen actividades económicas deben emitir comprobantes de venta, ya sean recibos o facturas.

- **Declaración mensual del IVA**

Esta declaración debe ser elaborada a través del formulario 104, incluso cuando en el periodo no se hayan registrado transacciones, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan realizado retenciones en la fuente por dicho impuesto. La declaración será receptada mediante el Sistema de Declaración de Información en Medio Magnético (DIMM), el cual puede ser descargado directamente de la página web del Servicio de Rentas Internas.

- **Declaración anual del Impuesto a la Renta**

La declaración del Impuesto a la Renta debe hacerse una vez al año, a través del formulario 102, en el DIMM; los valores que consten en este medio deben presentarse en los Estados Financieros correspondientes de la microempresa.

6.1.4. Misión

“Jus de Fruit” ser una microempresa competitiva en el mercado enfocada a elaborar bebidas de calidad superando las expectativas de los clientes y satisfaciendo sus necesidades, mediante ello permanecer en el mercado para generar recursos propios y rendimientos económicos para seguir operando y generar fuentes de trabajo.

6.1.5. Visión

En el año 2021 “Jus de Fruit” será reconocido en el mercado local y nacional por calidad e innovación, llegando a ser líder en el mercado, comprometiéndose siempre con el mejoramiento continuo en su elaboración y creando entre sus clientes una tendencia de consumo hacia productos naturales y saludables.

6.1.6. Objetivos organizacionales

- ✓ Generar utilidad y tener mayores rendimientos con el paso del tiempo.
- ✓ Promover la mejora continua de productos y procesos.
- ✓ Diseñar estrategias de mercadeo para conquistar nuevos mercados.
- ✓ Ofertar en el mercado un producto que cumpla con las condiciones sanitarias correspondientes.
- ✓ Formar un equipo de trabajo consolidado y comprometido con el crecimiento de la microempresa.

- ✓ Desempeñar las actividades empresariales dentro de la normativa legal correspondiente.
- ✓ Motivar a los empleados para que se desempeño sea eficiente y eficaz.

6.1.7. Políticas institucionales

Las políticas son instrumentos que permiten a los empleados cumplir sus actividades de manera correcta, marcando su comportamiento dentro de la institución. Las políticas de “Jus de Fruit” son las siguientes:

- **Políticas generales**

- ✓ Las actividades y responsabilidades de cada empleado, serán asignadas y dadas a conocer el momento de su ingreso a la empresa.
- ✓ El organigrama estructural debe ser claro, definiendo las jerarquías y las responsabilidades de cada empleado.
- ✓ Los cambios o modificaciones que surjan en la estructura organizacional debe ser revisada, aprobada y autorizada por el gerente.
- ✓ La planificación empresarial debe ser revisada y actualizada anualmente de forma oportuna.
- ✓ Los empleados serán evaluados trimestralmente para medir su rendimiento y verificar el cumplimiento de sus actividades.
- ✓ Ningún empleado podrá sustraer materiales, maquinarias, equipos o información de propiedad de la microempresa.

- **Políticas de calidad**

- ✓ Las personas que trabajen en el área de producción deberán utilizar guantes quirúrgicos y herramientas previamente esterilizadas, para así evitar el contacto de los productos con microorganismos que alteren la calidad de la bebida.
- ✓ Las botellas plásticas utilizadas en la elaboración del jugo deben estar previamente selladas y esterilizadas.
- ✓ Los proveedores deben proporcionar materia prima de calidad, asegurando una entrega puntual y con el peso acordado.

- **Políticas de venta**

- ✓ Semestralmente se analizará el posicionamiento de la microempresa en el mercado, en base al volumen de ventas.
- ✓ Si fuese necesario se implementarán estrategias para mejorar la competitividad el producto dentro del mercado.
- ✓ Se realizarán promociones al menos una vez al año.
- ✓ El departamento de ventas se encargará de establecer contacto con las tiendas y abastos que se encuentren interesadas en comercializar el producto.
- ✓ El Jefe de ventas analizará las facturas pendientes de cobro.

- **Políticas de compra:**

- ✓ Los proveedores serán evaluados considerando los siguientes aspectos: calidad de los ingredientes, precio accesible, facilidades de pago y tiempo de entrega.
- ✓ Se tendrá un registro de compra de materia prima e insumos, el cual estará a cargo del jefe de producción.
- ✓ La materia prima será seleccionada al momento en que sea descargada en las instalaciones de la microempresa.

6.1.8. Valores

- **Responsabilidad:** Al momento de cumplir con las funciones encomendadas.
- **Honestidad:** Trabajar de forma transparente, sin ocultar información y sin tratar de opacar o dañar el trabajo de los demás.
- **Respeto:** Hacia el equipo de trabajo y hacia la labor que realiza, para así crear un ambiente laboral positivo.
- **Ética:** Demostrar los valores y principios adquiridos durante toda su vida, que lo hagan merecedor de una conducta intachable.
- **Puntualidad:** Al momento de llegar a la institución y al cumplir con los lapsos de tiempo establecidos para entregar información o realizar actividades.
- **Compromiso:** Involucrarse en el crecimiento de la microempresa y ayudar a cumplir los objetivos y metas institucionales.

6.2. Estructura organizacional

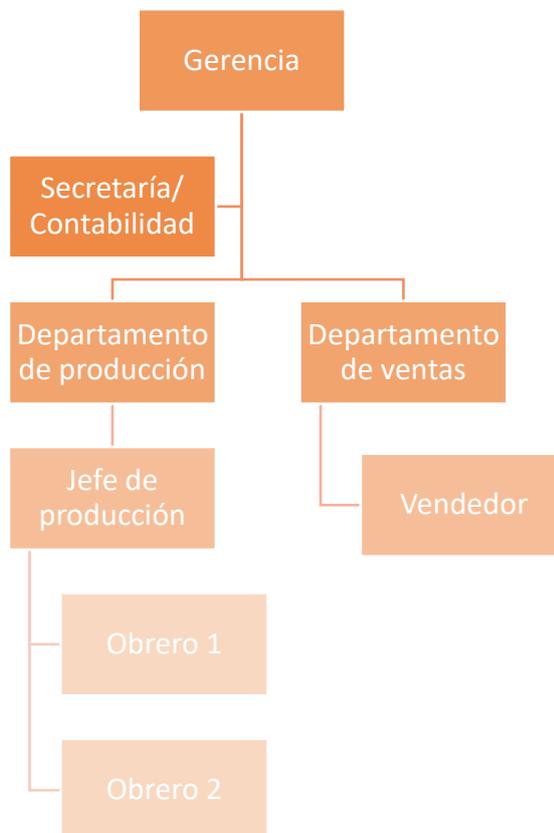
La estructura organizacional trata de mostrar la forma en que la microempresa está establecida, sus respectivos cargos, actividades y responsabilidades.

6.2.1. Organigrama estructural

El organigrama estructural es una herramienta que proporciona información sobre cómo está establecida la microempresa con respecto a las áreas, jerarquía y relación de autoridad.

“Jus de Fruit” cuenta con el siguiente organigrama estructural:

Gráfico N° 58
Organigrama estructural



Elaborado por: La autora
Año: 2016

6.3. Descripción de funciones

Cuadro N° 104

Funciones de la gerencia

	<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</p> <p>Cargo: Gerente</p> <p>Área administrativa: Gerencia</p>
<p>PERFIL DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en ciencias administrativas o afines. • Experiencia mínima de 3 años en cargos similares. • Disponibilidad de tiempo completo. 	<p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • El gerente será el Representante Legal de la empresa y tendrá a su cargo la dirección y administración del negocio. • El gerente es el responsable legal y por lo tanto deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten a los negocios y operaciones de la empresa. • La duración del cargo es indefinida pudiendo ser removido en cualquier momento. • Es responsable de veracidad de la información que proporcione. • Se responsabiliza por vigilar el control interno de la organización, siendo solidariamente responsable en el caso de que se hayan ocultado irregularidades en las actividades de la organización.
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza la administración y gestión ordinaria de la empresa. • Celebrar y firmar los contratos y obligaciones que contraiga la empresa. • Diseñar y ejecutar los planes de inversión, desarrollo y financiamiento de la empresa. • Dirigir las relaciones laborales dentro de la organización, haciendo que se cumplan a cabalidad las políticas. 	<p>RELACIÓN FUNCIONAL:</p> <p>Nivel: Ejecutivo</p> <p>Jefe inmediato superior: Ninguno</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Cuadro N° 105**Funciones de la secretaria – contadora**

	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Cargo: Secretaria - Contadora Área administrativa: Administrativa
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en contabilidad y auditoría. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares. • Disponibilidad de tiempo completo. 	RESPONSABILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Es totalmente responsable por la información emitida en los estados financieros. • Debe considerarse obligatoriamente la actualización de conocimientos para su ejercicio profesional. • Deberá abstenerse de realizar cualquier acto que pueda afectar negativamente con los objetivos empresariales.
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la contabilidad velando que se cumpla a cabalidad la normativa vigente. • Presentar la información necesaria y oportuna. 	
RELACIÓN FUNCIONAL: Nivel: Ejecutivo Jefe inmediato superior: Gerente	

Elaborado por: La autora
 Año: 2016

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Análisis de impactos

Por medio del presente análisis se identificó los aspectos positivos y negativos que se puede originar con la creación de la microempresa. Para evaluar dichos aspectos se utilizó una matriz que califica a cada uno de los indicadores de la siguiente manera:

Cuadro N° 53

Matriz de evaluación de impactos

-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto alto negativo	Impacto medio negativo	Impacto bajo negativo	No existe ningún impacto	Impacto bajo positivo	Impacto medio positivo	Impacto alto positivo

Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para el respectivo análisis de cada uno de los indicadores, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numérica}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.2. Identificación de impactos

Los impactos a evaluarse son:

- Impacto económico
- Impacto social
- Impacto ambiental
- Impacto comercial

7.2.1. Impacto económico

El impacto económico que generará la implantación de la microempresa fue medido mediante los siguientes indicadores:

Cuadro N° 54

Impacto económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nueva alternativa de inversión							x	3
Rentabilidad							x	3
Circulación de dinero						x		2
Desarrollo económico del sector						x		2
Capacidad de endeudamiento						x		2
Total						6	6	12

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numerica}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = 2$$

Análisis:

El impacto económico obtuvo una calificación media positiva, puesto que la creación de una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba contribuirá al desarrollo económico del sector y mejorará la circulación de dinero, dinamizando de esta manera la economía del país.

7.2.2. Impacto social

La evaluación del impacto social que generará el proyecto será medido por medio de los siguientes indicadores:

Cuadro N° 55

Impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo						x		2
Estabilidad familiar						x		2
Estabilidad laboral							x	3
Calidad de vida						x		2
Total						6	3	9

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numerica}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 2$$

Análisis:

La implantación del proyecto tiene un impacto medio positivo para el entorno en donde se desarrollará, debido a que generará nuevas fuentes de empleo mejorando la estabilidad laboral y la calidad de vida de las familias del sector, que se encuentren relacionadas con las actividades que realiza la microempresa.

7.2.3. Impacto ambiental

El impacto ambiental generado por las actividades que realiza la microempresa, será medido de la siguiente manera:

Cuadro N° 56

Impacto ambiental

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos							x	3
Reciclaje							x	3
Contaminación ambiental							x	3
Contaminación auditiva						x		2
Contaminación por olor						x		2
Total						4	9	13

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numerica}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{13}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = 3$$

Análisis:

El resultado obtenido luego de la evaluación es de un impacto alto positivo, lo que es beneficioso, puesto que las actividades que realice la microempresa, contribuirán a la preservación del medio ambiente, ya que se dará un correcto manejo a los desechos provocados tratando de reciclar la basura y disminuyendo la contaminación ambiental.

7.2.4. Impacto comercial

El nivel del impacto comercial producido por la microempresa será medido con los siguientes indicadores:

Cuadro N° 57

Impacto comercial

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Posicionamiento en el mercado						x		2
Calidad							x	3
Precio						x		2
Promociones						x		2
Generación de recursos propios						x		2
Total						8	3	11

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto comercial} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numerica}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto comercial} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto comercial} = 2$$

Análisis:

El impacto comercial obtuvo una calificación media positiva, lo que significa que la comercialización de una bebida de amaranto y guayaba es altamente aceptada en la localidad, lo que ayudará al posicionamiento de la microempresa dentro del mercado donde pretende ingresar para dar inicio con sus actividades.

7.3. Resumen general de impactos

La siguiente matriz muestra los resultados obtenidos en la evaluación de cada uno de los impactos.

Cuadro N° 58

Resumen general de impactos

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto económico						x		2
Impacto social						x		2
Impacto ambiental							x	3
Impacto comercial						x		2
Total						6	3	9

Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numerica}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2$$

Análisis:

La evaluación de los impactos arrojó un resultado medio positivo, lo que significa que la puesta en marcha del proyecto es beneficiosa, ya que aportará positivamente a los aspectos: económicos, sociales, ambientales y comerciales de la ciudad de Ibarra.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el presente estudio de factibilidad se llegó a las siguientes conclusiones:

- Por medio del diagnóstico situacional se logró determinar que el sector donde se implantará la microempresa cumple con los requerimientos necesarios; además se conoció las características de la población, lo que permitió concluir que es factible y necesaria la creación de una microempresa productora y comercializador a de bebidas a base amaranto y guayaba.
- La información contenida en el marco teórico contiene datos que sustentan la realización de cada capítulo, de tal manera que los conceptos aquí plasmados sirvan en el proceso de aprendizaje de futuras generaciones.
- Los resultados obtenidos en el estudio de mercado confirman la aceptación de la microempresa, ya que se analizó el comportamiento de la demanda actual representada por la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, con respecto a la oferta proporcionada por parte de la competencia; permitiendo así establecer estrategias de comercialización adecuadas para la introducción y posicionamiento del producto en el mercado.
- El estudio técnico determinó el sitio adecuado para el establecimiento de la microempresa, además permitió conocer la capacidad de producción de la misma, lo que dio paso a la elaboración de un presupuesto técnico que consta de la inversión fija y variable necesaria para iniciar el proceso productivo.
- El análisis del estudio financiero comprobó la factibilidad de la creación del proyecto por medio de evaluadores como el VAN, TIR y Costo beneficio; además reflejó la situación

real de la microempresa en los estados financieros, mostrando que es viable la puesta en marcha de la propuesta planteada en la presente investigación.

- El estudio de la estructura administrativa mostró que es indispensable contar con un organigrama que muestre los diferentes niveles jerárquicos dentro de la microempresa, y así poder designar cargos, obligaciones y responsabilidades al equipo de trabajo, el cual debe estar al tanto de las políticas, objetivos y valores institucionales, que permitan llevar a cabo la misión y visión establecidas.
- Finalmente el estudio de los impactos generados por la implantación del proyecto permiten concluir que la microempresa contribuirá positivamente al entorno donde desarrolla sus actividades, en aspectos económicos, sociales, ambientales y comerciales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda crear una microempresa productora y comercializadora de bebidas a base de amaranto y guayaba en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura, debido a que la población tiene tendencias al consumo de productos naturales e innovadores.
- Actualizar la información contenida en las páginas web, y fuentes bibliográficas, para poder recopilar información verídica, oportuna, actualizada y pertinente que permita el desarrollo del proyecto.
- Evaluar constantemente el comportamiento del mercado, para poder satisfacer oportunamente las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores y aplicar las estrategias comerciales necesarias para crear fidelidad hacia el producto por parte de la población objetivo.
- Ampliar la infraestructura propuesta por el proyecto, ya que se espera que la microempresa esté en constante crecimiento y utilizar de manera adecuada los recursos que interviene en las actividades de producción, administración y ventas de la microempresa.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento que otorga el Gobierno para la creación de industrias que permitan modificar la matriz productiva del país, además se debe estructurar una planificación para manejar de manera eficaz todos los procesos de la organización.
- Medir el cumplimiento de los objetivos y políticas institucionales, al igual que el desempeño del equipo de trabajo, además verificar luego de cinco años si se ha cumplido o no con lo establecido en la visión de la microempresa.
- Examinar constantemente los impactos producidos por la implantación del proyecto, y mitigarlos si se presenta de forma negativa.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Alet, J. (2012). *Contabilidad financiera I*. Madrid: Jaume.
- Alvarez, E. (2011). *Guía técnica del cultivo de la guayaba*. Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Andrade, S. (2011). *Diccionario de la economía*. Quito.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baena, V. (2011). *Instrumentos de Marketing*.
- Belió. (2010). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid: Wolker Kluwer.
- Belío, J. (2010). *Claves para gestionar precio, producto y marca*.
- Berrío, D., & Castrillón, J. (2011). *Costos para generar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicio*. Bogota: Uninorte.
- Boucher, F. (2011). *Metodologías para la Promoción y Evaluación de Proyectos*. Costa Rica: Prodar.
- Bravo, M. (2010). *Contabilidad general*. Quito: Nuevo Día.
- Caldas, M. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Mexico: Editex.
- Chavenato, I. (2011). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones*. Brasil: Mc Graw Hill.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota.
- Flores, J. (2011). *Proyectos de inversión para las PYME: Creación de empresas*. Bogota.

- Fontaine, E. (2010). *Evaluación Social de Proyectos*. Pearson.
- Gallucci. (2012). *Dirección de Marketing*.
- Geilfus, F. (2011). *El arbol, al servicio del agricultor*. Santo domingo: enda-caribe.
- INIAP. (2010). *Amaranto y Ataco*. Quito: Tecnigrava.
- Kotler, P. (2013). *Principios de Marketing*. México: Pearson.
- Mazón, N., Peralta, E., Murillo, Á., Rivera, M., Rodriguez, D., Luis, L., & Monar, C. (2012).
Manual de granos andinos. Quito: Tecnigrava.
- Mendez, J. (2009). *La economía en la empresa*. México: Mac Graw Hill.
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Miranda, J. (2011). *Gestión de Proyectos*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Palacio, I. (2012). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*.
Bogota.
- Palma, L. (2012). *Diccionario de la Teoría económica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Peralta, E. (2012). *El amaranto en Ecuador, Estado del arte*. Quito: Tecnigrava.
- Rodriguez, R. (2010). *Comercialización con canales de distribución* . México.
- Rojas, S. (2013). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill.
- Sancho, E., & Baraona, M. (2012). *Fruticultura Especial*. San José: Universidad Estatal a
Distancia.
- Torres, Z. (2010). *Teoría General de La Administración*. México: Grupo editorial Patria S.A.

Yam, J. (2012). Una revisión sobre la importancia del fruto de Guayaba (*Psidium guajava* L.) y sus principales características en la postcosecha. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 2.

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: Mc Graw Hill.

WEBGRAFÍA

CEPAL. (Noviembre de 2011). *Evaluacion de impacto, curso/taller*. Obtenido de http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/IMPACTO_RBBCPROY.pdf

Servicio de Rentas Internas. (15 de Mayo de 2016). *Personas naturales*. Obtenido de www.sri.gob.ec/de/31

Universidad del Zulia - Revista de facultad de agronomía. (2009). *SERBILUZ*. Obtenido de <http://200.74.222.178/index.php/agronomia/article/view/12006/11995>

ANEXOS

Anexo N° 1 Tiendas de la ciudad de Ibarra

CIU 5220.08		
CIU Descripción Tiendas		
Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
2	TIENDA	LA FLORIDA LOS CLAVELES Y AMAPOLAS
1	TERC.EDAD TIENDA	A CORDERO 05-098
1	TIENDITA DIEGO	RAFAEL CARVAJAL 3-11
1	TIENDA	PUERTO RICO Y BRASIL
1	TIENDA	AV M ACOSTA 12-009
1	TIENDA.	CHICA NARVAEZ 06-082
1	ABACERIA	RIOBAMBA 2-31
1	TERC. EDAD TIENDA VIVERES SANTA ELENA	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN Y PIÑAN
1	TIENDA JORDAY	RAFAEL LARREA 03-58
1	TIENDA Y FRITURAS	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 1-098 LINEA FERREA
1	TIENDA	URUGUAY 1-25
1	TIENDA	LUIS FERNANDO VILLAMAR 7-25
1	TIENDA	QUITO 13-94
1	TIENDA	PUYO 08-40
1	TIENDA	OLIMPIA GUDIÑO Y GALO PLAZA
1	TIENDA VIVERES LUCITA	S ANT E RIVADENEIRA 2-110
1	TIENDA ELY	B GARCIA 04-118
1	TERC EDAD TIENDA	QUIS QUIS 01-26
1	TIENDA	OLMEDO 01-09
1	TIENDA	B GARCIA 05-066
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 05-006
2	TERC.EDAD TIENDA	J ATABALIPA 17-026
1	TIENDA DE SUSY	BELLAVISTA DE CARANQUI 1-50
1	TIENDA TERCERA EDAD	AMBUQUI S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	RAMON ALARCON 3-170
1	VIVERES HILDITA	AV M ACOSTA 11-066
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-110
1	TIENDA	LA PRIMAVERA N MANDELA 4-22
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE S/N FRENT ESC M ACOSTA
1	TIENDA	AV JOSE M VACA 6-47
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	LATACUNGA 06-31
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE PARQUE SOL LOS CEIBOS C06
1	TIENDA	PUGACHO ALTO S/N
1	TIENDA	AV CARCHI 1-045
1	TIENDA VIVERES OLGUITA	J ESPINOZA D M 05-042
1	TIENDA	RIO AMBI 2-60

1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO SN
1	TIENDA VIVERES DAVID	AV RETORNO 17-105
1	TIENDA	ZUMBA 13-42
1	TERC.EDAD TIENDA	TUNGURAHUA 08-75
1	ABACERIA Y CABINAS(2)	LA VICT A ALBUJA G 4-06
1	TIENDA	RIOBAMBA 5-62
1	TIENDA	RIO PASTAZA 4-26
1	TIENDA	13 DE ABRIL 15-236
1	TIENDA	AV T GOMEZ 13-012
1	TIENDA VIVERES FERNANDITO	L TOROMORENO 6-27
1	TIENDA	EMPERADOR CACHA 4-103
1	TIENDA	OLMEDO 04-22
1	TIENDA	LA VICT PN MZ72 2-38 1 ETAPA
1	TIENDA/COMIDAS	AV M ACOSTA 13-012
1	TIENDA VIVERES JULITA	S ANT SUCRE 07-080
1	TIENDA VIVERES ENMITA	L BENALCAZAR 01-034
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 18-097
1	TIENDA	LUIS F BORJA 07-130
1	TERC.EDAD TIENDA MICROMERCADO KARITO	B GARCIA 06-059
1	VIVERES PAOLITA	AV J ROLDOS 04-040
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y AZUAY
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO 4-142
1	TIENDA VIVERES MARISELA	LA VICT PM MZ71 5-43 1 ETAPA
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 5-41
2	TIENDA	AV J ROLDOS 05-051
1	TIENDA	J F BONILLA 18-38
1	TIENDA	RIO AGUARICO 2-20
1	TIENDA	CISNE 1-141 Y PUYO
1	TIENDA ABASTOS DIANITA	AZOGUEZ 03-09
1	TIENDA	FLORES 03-031
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 3-102
1	TIENDA	AZOGUES 02-09
1	VIVERES VERONICA	JUAN MONTALVO 09-016
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO S/N (1) IZQ.
2	MINIMARKET ALEXANDER(MASCARILLA 2)	AV E ESPEJO TERM TERR A 18
1	VIVERES GLORITA	C E GRIJALVA 19-23
1	TIENDA	MEJIA 7-034
1	TIENDA HELADERIA LA VICTORIA	LA VICT C BARAHONA M 07-010
1	TIENDA	SALINAS SAN LUIS
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 5 DE JUNIO
1	TIENDA	QUITO 18-15
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	TIENDA	AV R MIRANDA 02-26
1	TIENDA	13 DE ABRIL 29-124
1	TIENDA	J F BONILLA 17-11
1	TIENDA	LITA S/N

1	TIENDA	PABLO ANIBAL VELA SN
1	TIENDA VIVERES OSWALDITO	LA FLORIDA LAS BUGANVILLAS 3-22
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	BRASIL 4-17
1	TIENDA NELICITA	RIO CHIMBO 6-086
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 14-024
1	TIENDA	DEL TUCAN 05-046
4	TIENDA	J F CEVALLOS 2-30
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL
1	TIENDA	DEL PAVO REAL 04-38
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 300M IZQ.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 6-007 LINEA FERREA
1	TIENDA	RUFO SIMBAÑA Y NELSON DAVILA EL OLIVO
2	TIENDA	PRINCESA PACCHA 11-021
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N BELLAVISTA 100M IZQ.P S/N (1)
1	VIVERES	13 DE ABRIL JUNTO AL MAYORISTA
1	TIENDA	PUYO 11-70
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 2-46
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA H F AZAYA CONDOM CASA NRO 7
1	TIENDA	A MONCAYO 3-007
1	TIENDA LA NUEVA ESQUINA	JUAN MONTALVO 10-312
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 12-157
1	TIENDA MARCELA	COLOMBIA 2-103
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y GUAYAS
1	TIENDA Y PANADERIA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 4-82
1	TIENDA	PUYO 09-81
1	TIENDA	LUIS CRISTOBAL TOBAR 7-02
1	TIENDA	SALINAS PANAMERICANA NORTE LA Y
1	TIENDA	LITA
1	TERC EDAD TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 7-057
1	TIENDA	LA CAMPIÑA LA CAROLINA 5-70
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	VIVERES LORENITA	LA VICT H GUZMAN L 06-77
1	TIENDA	J VINUEZA 1-80
1	TIENDA	QUITO C06 Y AV JOSE M VACA
1	TIENDA/CABINA	JUANA DE LA CRUZ
2	TIENDA	BOLIVAR 01-079
1	TIENDA	AMBATO 03-062
1	TIENDA	AV R MIRANDA 01-49
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	TIENDA	AMBUQUI
1	ABACERIA	AMBATO 08-058
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	VIVERES SAMY JHON	AV V M GUZMAN 03-011
1	TIENDA	AMBATO 11-036
1	TERCERA EDAD TIENDA	J SALINAS 04-007
2	TIENDA	CAMINO AL MIRADOR QUINTA DEL OLIVO

1	TIENDA MINIMARKET DOMENICA	LA ESPERANZA 60M DER.FIN AV RETORNO
1	TIENDA	LA VICT H GUZMAN L 10-28 Y 10-30
1	TERC. EDAD.TIENDA	TENA 04-20
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS 50M DER.MINIMARKET SAN LUIS
1	TIENDA	C GOMEZ JURADO 05-067
1	TIENDA	SEGUNDO LUIS MORENO 5-91 E IBARRA
3	TIENDA	LA VICT ROSA ANDRADE 1-48
1	TIENDA	EL MILAGRO EL DURAZNO 5-09
1	TIENDA	LA VICT H GUZMAN L 10-55
1	TIENDA	AV RETORNO S/N 100M ANTES DE ACADEMIA MILITAR
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS CONJ.SAN JORGE C 05
1	TIENDA VIVERES GLORITA	H GONZALEZ DE 18-004
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS DIAGONAL ASOPRAN
1	TIENDA	FLORES 10-083
1	TIENDA	S ANT SUCRE 08-079 Y EZEQUIEL RIVADENEIRA
1	TIENDA	CUENCA 01-226
1	TIENDA VIVERES GABY	TOBIAS MENA 18-64
1	TIENDA	LITA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 09-017
1	TIENDA	LATACUNGA 07-30
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 9-069
1	TIENDA YANNY	AV ATAHUALPA 20-006
1	TIENDA LA MILAGREÑITA	BRASIL 9-18
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 7-041
1	TIENDA	MACAS 12-23 Y PELICANO
1	TIENDA/CABINAS	CAMINO DE LOS GALEANOS JUNTO COMPLEJO LOS FICUS
1	TIENDA	VENEZUELA 4-49
1	TIENDA TATIANA	AV ATAHUALPA 20-012
1	TIENDA	SALINAS CUAMBO SN
1	TIENDA TERCERA EDAD	ABELARDO GUERRERO 5-90
1	TIENDA	BABAHOYO 6-45
1	TIENDA	BABAHOYO 8-12
1	TIENDA	FLORES 04-066
2	TIENDA	OTO TORRES 5-15
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 1-163 LINEA FERREA
1	TIENDA VIVERES PETER`S	AV T GOMEZ 08-032
1	TIENDA	ZAMORA 05-17
1	TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 2-44
1	TIENDA	YAHUARCOCHA 100M NORTE DER.PARADA DE BUS
1	TIENDA	PORTOVIEJO 09-36
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 11-04
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES CARMENCITA	EJIDO CARANQUI S/N ENTRADA IZQ.
1	TIENDA D`MARIOS	AV T GOMEZ 08-041
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 39-026 L IZQ.

1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 27-034
1	TIENDA MARIELY	L BENALCAZAR 02-048
1	TIENDA	CAMINO PALMAS 2-020
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES ANITA	AV RIC SANCHEZ 05-036
1	TIENDA	SAN CRISTOBAL ALTO FRENTE A CAPILLA
1	TERC.EDAD TIENDA	DEL PINZON 2-09 Y DEL PELIKANO
1	TERC.EDAD TIENDA SU DESPENSA	MIGUEL ALBAN 1-129 Y T MENA
1	TIENDA	AMBUQUI LA PLAYA FRENTE A GASOLINERA AMBUQUI
1	TIENDA SAN AGUSTIN	PANA SUR
1	TERC.EDAD TIENDA	MIGUEL SANCHEZ 3-065
1	TIENDA	RIO DAULE 2-22
1	TERC EDAD TIENDA	10 DE AGOSTO 01-043
1	TIENDA	YAHUARCOCHA S/N
1	TIENDA VIVERES MAGOLITA	LA VICT J M LARREA 3-25
1	VIVERES LAURITA	ZAMORA 08-58
1	TIENDA	RIOBAMBA 4-06
2	TIENDA	EL TEJAR (ROMERILLO ALTO) 50M DER.IGLESIA
1	TIENDA	RIOBAMBA 4-06
1	TIENDA VIVERES	AV ATAHUALPA 19-007
1	TERC.EDAD TIENDA	O MOSQUERA 02-047
1	VIVERES KAROLINA TIENDA	PADRE RAIMUNDO DE SANTA CRUZ 1-63 EL VERGEL
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA S/N
1	TIENDA	URB PILANQUI PA MZ07 C01
1	ABACERIA	CHICA NARVAEZ 08-097
1	TIENDA	ZAMORA 10-31
1	TERC.EDADTIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 300M IZQ.ESCUELA
1	TERC.EDAD TIENDA	EMPERADOR CACHA 4-095
2	TIENDA	S ANT GUILLON Y PONTON 3-39
1	TIENDA VIVERES MARTITHA	LA FLORIDA EL ROSAL (AL FINAL)
1	VIVERES MARIA	S ANT R TEANGA 8-012
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT BOLIVAR 06-63
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 31-079
1	TERC.EDAD TIENDA	J F BONILLA 19-16
1	TERC.EDAD.TIENDA	COLON 3-014
1	TIENDA VIVERES ROSITA	ROCAFUERTE 13-036
1	TIENDA SU DESPENSA	PRINCESA PACCHA 04-098
1	TIENDA DOÑA CECY	J ATABALIPA 06-077
1	TIENDA	AV RIC SANCHEZ 06-029
1	TIENDA	CAÑAR Y LUCIANO SOLANO
1	TIENDA	SUCRE 01-36
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 09-015
1	TIENDA	AV A PEREZ G 08-116
1	TERC EDAD TIENDA	FLORES 04-018
1	TERC.EDAD TIENDA	GENERAL PINTAG 7-136
1	TIENDA	MALDONADO 03-017
1	TIENDA TERCERA EDAD	JUAN MONTALVO 06-081

1	TIENDA TERCERA EDAD	MACHALA 03-47
1	TIENDA	ROCAFUERTE 12-118
1	TIENDA	LATACUNGA 03-74
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO
1	TIENDA MARIANITA	J N HIDALGO 2-18
1	TERC EDAD TIENDA	EL ALPARGATE 3-125
1	TIENDA VIVERES EL MACAREÑO	AV RIC SANCHEZ 07-019
1	CABINAS/TIENDA	C MIRANDA 2-114
1	TIENDA	LA FLORIDA EL ROSAL FRENT.CASA 6-97
1	TIENDA	BABAHOYO 3-11
1	TIENDA	ROCAFUERTE 05-108
2	TIENDA	AV M ACOSTA 23-075
1	TIENDA	AV PEÑAHERRERA 3-041
1	TIENDA DOÑA EDILVA	S ANT BARRIO MORAS TRAS EL ESTADIO (CS)
1	TIENDA	13 DE ABRIL S/N
1	TIENDA VIVERES LICORES	AV T GOMEZ 12-011
1	TIENDA	PEDRO MONCAYO 07-83
1	TERC EDAD TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA 120M DER.MOLINO
2	TIENDA	S ANT CDL J T LOS LAURELES 1-16
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 05-026
1	TERC.EDAD.TIENDA	J D ALBUJA 2-094
1	TIENDA LOS GEMELOS	TOBIAS MENA 01-31
1	TIENDA	LATACUNGA 02-86
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL 03-068
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 02-025
1	TIENDA	TENA 04-44
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N (FRENTE LOT.FARINANGO)
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT R TEANGA 7-023
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO BOLIVAR 5-230 Y ATAHUALPA
1	TERC EDAD TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 2-216
1	TIENDA	MALDONADO 09-047
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO FERNANDO PEREZBUSES FERNANDO PEREZ
1	TERC.EDAD TIENDA AIDITA	SANCHEZ Y C 20-131
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 2-162
1	TIENDA	SUCRE 29-026
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	CHOTA S/N CALLE 1
1	TIENDA	GUAYAQUIL 5-33
1	TIENDA	AV T GOMEZ 04-086
1	TERC EDAD TIENDA	AV RETORNO S/N 100M ANTES DE ACADEMIA MILITAR
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 4-024
1	TIENDA VIVERES CARMITA	AV RIC SANCHEZ 06-015
1	TIENDA	ZULETA 50M IZQ.ANTES HDA.ZULETA
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO
1	TIENDA	TANGUARIN IMBABURA 1-044 50 M PUENTE AMARILLO SUR DER.
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 04-090

1	TIENDA	TOBIAS MENA 02-13
1	TIENDA	PRIORATO EL CUNRRO SN
1	TERC.EDAD TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE DIAGONAL PARQUE SOL
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 2-023 FRENTE COMPLEJO DEP.
1	TIENDA	LA ESPERANZA DIAGONAL A TERRA ESPERANZA
1	TIENDA SU TIENDA	S ANT 10 DE AGOSTO Y HNOS MIDEROS
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO CALLEJON S/N Y 17 DE JULIO
1	TIENDA	BORRERO 10-22
1	TIENDA	MEJIA 2-047
1	TERC.EDAD TIENDA	PUGACHO BAJO
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO MIGUEL ANGEL VENEGAS 2-182 Y CALLE S/N
1	TIENDA	LA ESPERANZA GALO PLAZA
1	VIVERES GABY	ABELARDO MONCAYO 1-21 Y LUIS VARGAS TORRES
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 4-053 Y GONZALO LOPEZ
1	TIENDA	AGUSTIN ROSALES Y 3 DE NOVIEMBRE
1	TIENDA LUISITA	AV ATAHUALPA 22-087
1	TIENDA VIVERES MARYURI	AV M ACOSTA 26-200
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA BAJO FRENT HOSTERIA TIN DELGADO (CS)
1	TIENDA	LA PRIMAVERA E GUEVARA 2-18
1	MI TIENDA	MALDONADO 14-238
1	TIENDA	CHILE 4-36
1	TIENDA	LITA S/N
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 5-43
1	TIENDA VIVERES Y VERDURAS	LA PRIMAVERA E GUEVARA 2-43
1	TIENDA	MANUEL TERAN 19-52
1	TIENDA	SAN LORENZO 1-70
1	TIENDA PAPELERIA B & H Y CABINA	A CORDERO 09-139
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 40M DER. PUENTE
2	TIENDA	RIO TUMBEZ 1-22 Y J D ALBUJA
1	TIENDA VIVERES MARTITHA	AV ATAHUALPA 22-115
1	TIENDA LICORERIA VIVERES	A CORDERO 08-120
1	VIVERES LUPITA	SAN FRANCISCO DE AZAYA CALLE B Y P15 50M ORIENTE DEL CENTRO MEDICO
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO 10-014
1	TERC.EDAD TIENDA	AV F VACAS G 05-002
1	TIENDA EL PINGUINO	MALDONADO 15-093
1	TIENDA	DEL TUCAN 02-011
1	TIENDA	O MOSQUERA 13-011
1	VIVERES FANISITA	RIO CHINCHIPE 7-211
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 5-74
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 12-074
1	TERC EDAD TIENDA	S ANT 200M IZQ.DE LA "Y" CALLE A LA COMPANIA
1	TIENDA VIVERES CELIANITA	S ANT 27 NOVBR 09-027

1	TIENDA/CABINAS	AV M ACOSTA 29-052
1	ABASTOS CHARITO	IBARRA 3-369
1	TIENDA	HUIRACOCCHA 4-004
1	TIENDA	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA	O MOSQUERA 03-015
2	TIENDA	J D ALBUJA 4-001
1	TIENDA	J ATABALIPA A 50M IZQ H GONZALEZ
1	VIVERES ALBITA	CAMINO DE LOS GALEANOS 300M DER.ANTES "Y" FLORESTA
1	TIENDA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 5-04
1	TIENDA GALAXIA RS	LA VICT P MONTUFAR 6-24
1	TIENDA	ZAMORA 02-72
1	TERC. EDAD TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA 100M IZQ.TERRA ESPERANZA
1	TERC EDAD TIENDA	LA ESPERANZA DOLORES GOMEZ DE LA TORRE
1	TIENDA MICRO LOS CEIBOS	RIO JUBONES 3-042
1	ABASTOS SAN PEDRO	CARPUELA
1	TERC.EDAD VIVERES ROSITA	J SALINAS 10-019
1	TIENDA	YAHUARCOCHA JUNTO CANCHA INDORFUTBOL
1	TERC.EDAD TIENDA SAN ANTONIO	S ANT 27 NOVBR 03-069
1	TERC.EDAD TIENDA	J D ALBUJA 3-020
1	TIENDA	ELIAS ALMEIDA 08-104
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO RIO AMAZONAS 4-009 Y 17 DE JULIO 150 MTS PUENTE
1	TIENDA	ESMERALDAS C-3
1	TIENDA KARLITA	IBARRA 9-96
1	TIENDA LUCERITO	AV ATAHUALPA 25-018
1	TIENDA	SUCRE 08-14
1	TIENDA	TUCAN PASAJE QUELZAL 1-133
1	TIENDA	AV C DE TROYA 07-091
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 04-111
1	TIENDA	S ANT LOT.S AGUSTIN POMPILLO MIDEROS Y VENEZUELA
1	TIENDA	12 DE MAYO
1	TIENDA VIVERES ANDREA	AV M ACOSTA 27-044
1	TIENDA	CARPUELA
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR SN
1	TIENDA	CARPUELA MILTON TADEO S/N
1	TERC.EDAD VIVERES DON GUSTAVO	CDLA ANDREA TOBAR (CS)
1	TIENDA	LAS MALVINAS LA CAMPIÑA
1	TIENDA	LA ESPERANZA 50M DER.FIN AV RETORNO
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO S/N (2) DER.
1	TERC EDAD TIENDA	LAS MALVINAS LA CAMPIÑA
1	TIENDA	CUENCA 02-048
1	TIENDA ZOILITA	HONDURAS Y URUGUAY 10-51
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA 3-68
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA VIVERES FERNANDITA	H GONZALEZ DE 26-037

1	TIENDA VIVERES GABY	RIO DAULE 1-17
1	TIENDA	VICTOR GOMEZ JURADO 2-50
1	SU TIENDA HOME STORE	CDLA MUNICIPAL NARCISA DE J MARTILLO 1-31
1	TIENDA VIVERES LAURITA	AV ATAHUALPA 19-084
1	TIENDA	TUNGURAHUA 03-27
1	TIENDA	CDLA MUNICIPAL PADRE PIO DE PIETRELCINA 1-50
1	TIENDA CASA COMUNAL ZULETA	ZULETA CASA COMUNAL
2	TIENDA BLANQUITA	J DE LA ROCA 5-061
1	TIENDA Y CABINAS	CDLA MUNICIPAL VICTOR M CIFUENTES Y H GONZALEZ
1	TIENDA	LITA S/N
1	TIENDA/CABINAS	CDLA ROSITA PAREDES LA FLORIDA
1	TIENDA	BABAHOYO 1-30
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 3-053
1	TIENDA	CARLOS PROAÑO Y SECUNDINO PEÑAFIEL
1	TIENDA Y SALCHIPAPAS	GUALLUPE 2-16
1	TIENDA	PEDRO MONCAYO 12-20
1	TIENDA	LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-85 Y RENE DESCARTES
1	TIENDA	AV M ACOSTA 32-111
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA BACHITA	J ESPINOZA D M 07-035
1	TIENDA	CAMINO PALMAS 2-244
1	TIENDA ABASTOS ROSITA	J DE LA ROCA 3-035
1	TIENDA MICRO MERCADO EXPRESS	LUIS F BORJA 09-149
1	TIENDA	AV C DE TROYA 02-022
1	TIENDA BLANQUITA	SANGOLQUI Y EL CARMEN
1	TIENDA	AV T GOMEZ 01-041
1	TIENDA	LA FLORIDA LAS BUGANVILLAS 4-39
1	TIENDA	PARAGUAY 5-71 Y BRASIL
1	TIENDA	S ANT R TEANGA 6-106
1	TIENDA	V FIERRO 1-030
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE
1	TIENDA LICORERIA	CHICA NARVAEZ 03-007
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA CASA 13
1	TIENDA Y CABINAS	LA VICT PH MZ47 2-49
1	MINI MARKET MARIA ESTHER	S ANT 27 NOVBR 03-059
1	TIENDA	ESMERALDAS 02-66
1	TIENDA	BRASIL 5-07
1	TIENDA	PANA NORTE S/N
1	TIENDA	BRASIL Y GUAYANAS
1	TIENDA	AV A PEREZ G 08-114
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT S DOMINGO JUAN FRANCISCO LEORO 3-026 DIAGONAL A PARADA BUS
1	TIENDA	LITA
1	MICRO SAN FRANCISCO	J SALINAS 06-098
1	TIENDA	LOS SOLES SAN ANTONIO
2	TIENDA	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA

1	TIENDA DE TODITO	PEDRO PABLO PEREZ 1-69
1	TIENDA	ZUMBA 02-52
1	MINIMARKET LOS CEIBOS	AV RETORNO 19-042
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 19 DE ABRIL
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 19 DE ABRIL Y DAQUILEMA
1	TIENDA	ROCAFUERTE 03-041
1	TERC.EDAD VIVERES KAREN	AV ATAHUALPA 26-122
1	TIENDA	TANGUARIN LEONIDAS PROAÑO 4-031 100M IZQ.ANTES 15 DE MAYO
1	VENTA DE VIVERES	AV 17 DE JULIO 02-128
1	TIENDA VIVERES ROCAFUERTE	LA CAROLINA ROCAFUERTE
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 36-081 L DER.
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO 05-06
1	TIENDA	BOLIVAR 03-033
1	TIENDA BACHITA	BORRERO 01-20
1	TIENDA VIVERES	AV RETORNO 13-074
1	TIENDA VIVERES Y LICORES ALEJANDRO	AV PEÑAHERRERA 2-011
1	TIENDA	OBISPO JESUS YEROVI Y QUITO
1	TER.EDAD TIENDA VIVERES INESITA	CAMINO DE LOS GALEANOS LA FLORESTA
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 24 DE JULIO 5-77
1	TIENDA	MACAS 07-12
1	TIENDA VIVERES JOSUE	H GONZALEZ DE 24-145
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	TIENDA	PRIORATO EL CUNRRO
1	TIENDA	MANTA 9-04
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO S/N
1	TIENDA	EL MILAGRO LAS UVILLAS 100 ANTES ESTANQUES DE AGUA
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 6-023
1	TIENDA	HUIRACocha 7-110
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 5 DE JUNIO SN
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 1-075
1	TIENDA	CDLA MUNICIPAL MARCO TULIO HIDROVO 11-18
1	TIENDA	TOBIAS MENA 04-57
1	TIENDA	S ANT BOLIVAR 10-11
2	TIENDA CECI	COLINAS DEL SUR FERNADO DAQUILEMA Y 2 DE AGOSTO
1	TIENDA MICROMERCADO FAMILIAR	AV ATAHUALPA 28-049
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 06-075
2	TIENDA	COLINAS DEL SUR FERNANDO DAQUILEMA 5-13
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 07-117
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-120
1	VIVERES SU CONFIANZA	AV 17 DE JULIO 07-231
1	TIENDA VIVERES PAULINA	J F BONILLA 10-23
1	TIENDA	COLON 1-097
1	TIENDA	FLORES 08-027
1	TIENDA VIVERES ANDREITA	COLON 1-111

1	TIENDA	PUYO Y CISNE ESQUINA
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE PARQUE SOL LOS CEIBOS
1	TIENDA	TANGUARIN IMBABURA 5-191
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 09-103
1	TIENDA VIVERES DON CHUCHO	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	A MOSQUERA N 01-173
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 08-011
1	TIENDA MICROMERCADO	AV 17 DE JULIO 08-169
1	TIENDA	OVIEDO 10-80
1	TIENDA Y RESTAURANTE	PUYO 05-111
1	TIENDA	A MOSQUERA N 01-131
1	TIENDA	J ATABALIPA 07-057
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE 01-015
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 09-65
1	TIENDA	IMBABURA SAN ANTONIO
1	TIENDA	AV CARCHI 1-227
1	TIENDA SU DESPENSA	TUNGURAHUA 05-27
1	TIENDA VIVERES ALEX	TOBIAS MENA 08-35
1	TIENDA	TUNGURAHUA 07-92
1	TIENDA VIVERES PAOLITA	A CORDERO 10-061
1	TIENDA VIVERES MARGARITA	RIO CHAMBO 3-050
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE
1	TIENDA VIVERERES AIDITA	AV A PEREZ G 06-051
1	TIENDA Y CABINAS TELEFONICAS	PRIORATO ABDON CALDERON
1	ALQUILER INMUEBLES	ZENON VILLACIS 3-28
1	TIENDA	TULCAN 3-007
1	TIENDA	L C BORJA 03-07
1	TIENDA	2 DE AGOSTO 5-06
1	TIENDA CASA BLANCA	LOS GLADIOLOS 2-15 Y LOS GIRASOLES LA FLORIDA
1	TIENDA	ANA LUISA LEORO 2-73
1	TIENDA, CABINA, INTERNET(1)	AV LUIS TAFUR 03-065
1	TIENDA	TUNGURAHUA 11-37
1	TIENDA VIVERES CARMITA	LA VICT E GARZON F 7-06
1	TERC EDAD TIENDA	GONZALO GOMEZ J 2-089
1	ABACERIA	PANA NORTE S/N
1	TIENDA	ZULETA SN JURAPANGO BAJO
1	TIENDA Y BILLAS	S ANT BELLAVISTA (CS)
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 06-010
1	TIENDA	GONZALO GOMEZ J 1-026
1	TIENDA VIVERES MARTHA	GENERAL PINTAG 7-043
1	TERC.EDAD TIENDA	LUIS C TOBAR 06-015
1	TIENDA	COLOMBIA 4-026
1	TIENDA	S ANT LAS PARCELAS CALLE S/N Y EL PROGRESO
1	VIVERES ALEXIS	PUYO 10-75 Y DEL TUCAN
1	MICROMERCADO CHARLYS	TULCAN 1-530
1	TIENDA VIVERES	S ANT BOLIVAR 04-29
1	TIENDA	LUIS C TOBAR 06-065
1	TIENDA/LICORERIA	TUNGURAHUA 12-20

1	TIENDA	LUIS C TOBAR 3-43
1	TIENDA	AV M ACOSTA 25-086
1	TIENDA VIVERES BLANQUITA	LUIS E DAVILA P 4-058
1	TIENDA	TUNGURAHUA 13-147
1	TIENDA TERCERA EDAD	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	TUNGURAHUA 02-81
1	TIENDA	LA VICT PA MZ38 C06 LOS LAURELES
1	TIENDA VIVERES JOSUE	LUIS F BORJA 01-221
2	TIENDA SANDRA	LA VICT C BARAHONA M 03-030
1	TIENDA	ZOILA TAFUR DE PAZ SN Y ESTHER CEVALLOS
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA 500M (CS)
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO (CS)
1	TIENDA VIVERES VIVIANITA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	BABAHOYO 7-123
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO (ENTRADA)
1	TIENDA	SAN JOSE DE CHORLAVI
1	SU TIENDA NANCY	TOBIAS MENA 18-37
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA	LITA PANAMERICANA
1	TIENDA	TUNGURAHUA 13-78
1	TIENDA	AV J ROLDOS 08-032
1	TIENDA	RAFAEL ROSALES 1-037
1	TIENDA	EL MILAGRO EL CEREZO 04-11
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 34-011 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	PABLO ANIBAL VELA S/N
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA DER.ENTRADA YAGUACHI
1	TIENDA DOÑA ROCIO	AV ATAHUALPA 39-036 (FREN.COND.COLINAS DE CARANQUI)
1	TIENDA Y CABINA	J D DIOS NAVAS 1-125
1	TIENDA	J F BONILLA 07-12
1	TIENDA VIVERES MARIFER	H GONZALEZ DE 23-083
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE S/N
1	TIENDA ABASTOS JHOANITA	J MARTINEZ DE ORBE Y COLOMBIA
1	TIENDA	TUNGURAHUA SN
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 22-082
1	TIENDA	LA ESPERANZA GALO PLAZA S/N
1	TIENDA SAMANTHA	TUCAN 1-05
1	TIENDA Y ARTICULOS PAPELERIA	S ANT 27 NOVBR 04-007
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 03-010
1	ABACERIA	L C BORJA 03-25
1	TERC EDAD TIENDA VIVERES DON SALOMON	H GONZALEZ DE 19-038
1	TERC.EDAD.TIENDA	B GARCIA 01-050
1	TIENDA VIVERES MARISOL	H GONZALEZ DE 19-033
1	TIENDA SOMOS LOS CEIBOS	RIO AGUARICO 4-40
1	TIENDA	STA LUCIA S/N VIA SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR

1	TIENDA	GRIJALVA 4-36
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA VIVERES DANIELITA	YAHUARCOCHA CALLE LA HUERTA
1	TIENDA	EL MILAGRO EL CEREZO 01-23
1	TIENDA	LUIS F BORJA 07-124
1	TIENDA	SALINAS
1	TIENDA	AV J ROLDOS 08-046
1	VIVERES JHENAY	J N HIDALGO 4-35
1	TERC.EDAD.TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 16-094
1	TIENDA	J ATABALIPA 03-053 Y L TOROMORENO
1	TIENDA	LITA S/N
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS DIAGONAL ASOPRAN
1	TIENDA	BOLIVAR 01-007
1	TIENDA	EL ALPARGATE 3-346
1	TIENDA Y CABINAS	J ATABALIPA S/N Y AV H GONZALEZ
1	TIENDA VIVERES SALOME	A MOSQUERA N 03-020
1	TIENDA	GRIJALVA 4-58
1	TIENDA	TUNGURAHUA 10-50
1	TIENDA MINI MARKET SILVIA	AV RETORNO 12-012
1	TIENDA	J SALINAS 04-041
1	TIENDA VIVERES KARINA	STA ROSA DEL TEJAR FRENT. CAPILLA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 02-094
2	TIENDA VIVERES ZULY	LA ESPERANZA STA MARIANITA 120M DER.ENTRADA SAN CLEMENTE
1	TIENDA	JOSE MARIA CORDOVA 2-045
1	TIENDA VIVERES CASANOVA	TOBIAS MENA 09-22
1	VIVERES ANGELICA	AV M ACOSTA 28-088
1	TERC.EDAD.TIENDA	J SALINAS 05-007
1	TIENDA	AV M ACOSTA 25-064
1	TIENDA	GUAYAQUIL S N
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA SN
2	TIENDA	GUARANDA 2-61
1	TIENDA	SALINAS 10 DE AGOSTO 3-07 Y BOLIVAR
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	J SALINAS 06-008
1	TIENDA VIVERES ESTHELITA	LUIS F BORJA 09-165
1	TIENDA	J SALINAS 06-044
1	TIENDA	LA RINCONADA ANGOCHAGUA
1	TIENDA KATHERIN	LITA 200M ANTES GASOLINERA
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 07-108 Y ELOY ALFARO
1	TERC.EDADTIENDA	EL ALPARGATE 4-294
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 28-052 EJIDO CARANQUI
1	VIVERES Y ALGO MAS MARIVI	13 DE ABRIL 20-129 Y QUITO FRENTE P JUDICIAL
1	TIENDA	URB PILANQUI P08 MZ26 C11
1	TIENDA VARIETADES ARIEL	GARCIA MORENO 03-52
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIÑAN 4-55

1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA 5-018
1	TERC.EDAD TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO CALLE 09
1	TIENDA	DE LAS GOLONDRINAS S/N Y DEL CISNE
1	TIENDA	RIO CURARAY 6-22
1	TIENDA VIVERES MARIA	LA VICT P MONTUFAR 3-19
1	TIENDA VIVERES ROSITA	S ANT C POMPEYO 5-06
1	SU TIENDA	AV V M GUZMAN 08-039
1	TIENDA	GORRION S/N
1	TIENDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-060
1	VIVERES NORMITA Y SALA DE BELLEZA YEPEZ	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA JANETHCITA	COLON 6-079
1	TIENDA VIVERES LA ESQUINA	J SALINAS 10-008
1	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ22 2-53
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 4-011
1	VIVERES	H GONZALEZ DE 07-053
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE ESTADIO
1	TIENDA LOS LAURELES MINI MERCADO	LA VICT PA MZ38 C16 LOS LAURELES
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA TERCERA EDAD	TOBIAS MENA 12-39
1	TIENDA	LUIS F BORJA 14-075
1	TIENDA VIVERES JAONITA	TOBIAS MENA 15-12
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO S/N Y EL AGUACATE
1	TERC EDAD TIENDA	H GONZALEZ DE 07-013
1	TIENDA	RIOBAMBA 9-15
1	TIENDA	AV RIVADENEIRA 3-23
1	TIENDA	J D DIOS NAVAS 1-67
1	TIENDA	ROCAFUERTE 05-019
3	TIENDA	LATACUNGA 11-70
1	TIENDA	ROCAFUERTE 13-138
1	TIENDA LULITA	DEL TUCAN 10-038
1	TIENDA	EL MILAGRO EL LIMONAL 03-78
1	TIENDA VIVERES DIEGUITO	FRAY B DE LAS CASAS 5-89
1	TIENDA	J SALINAS 12-025
1	VIVERES	LUIS F BORJA 16-067
1	TERC EDAD TIENDA 13713	H GONZALEZ DE 33-061 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	CHILE 2-07
1	TIENDA VIVERES ISABELITA	TOBIAS MENA 17-15
1	TIENDA ZOILITA Y VENTA GAS	SALINAS BOLIVAR 5-024 Y SALINAS
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 5-010
1	TIENDA	12 DE MAYO
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 34-075
1	TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO 10M DER.PARADA BUS
1	TIENDA	J ATABALIPA Y H GONZALEZ DE SAA
1	TIENDA	GABRIELA MISTRAL 5-044
1	TIENDA	GUAYAS H. F. AZAYA

1	TIENDA JANETH NAYELI	AV RIC SANCHEZ 04-090
1	TIENDA	SALINAS ROCAFUERTE 4-078 Y GONZALEZ SUAREZ
1	TERC EDAD TIENDA	ROCAFUERTE 08-097
1	TIENDA	ZULETA 50M SUR HDA.ZULETA IZQ.
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-040
1	TIENDA	PANAMA 1-059
1	TIENDA	GUAYAS 01-523
1	TIENDA ABASTOS	BORRERO 09-52
1	TIENDA	ROCAFUERTE 02-015
1	TIENDA	BABAHOYO 10-88 Y DEL PELIKANO
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	SALINAS V ROCAFUERTE 7-020 Y GONZALEZ SUAREZ
1	TIENDA NICOLES	COLINAS DEL SUR SIMON RODRIGUEZ 5-39
1	TIENDA	J DE LA ROCA 9-025
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 06-07
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 8-25
1	TERC.EDAD TIENDA	ZULETA DER.SECTOR CARLOSAMA
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 08-028
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 02-048
1	TIENDA	REMIGIO ROMERO 1-10
1	TIENDA	GUAYAQUIL 11-42
1	TIENDA	LITA
1	VIVERES PAOLITA	TOBIAS MENA 20-28
1	MINIMARKET BLANQUITA	AV E ESPEJO TERM TERR A 20
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA 100M ANTES ENTRADA SAN CLEMENTE
1	TIENDA VIVERES TERESITA	RIO AGUARICO 1-36
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-022
1	TIENDA	EIIDO CARANQUI EL NARANJAL 450M NORTE IZQ.1° PUENTE
1	TERC.EDAD TIENDA PEPITA	C E GRIJALVA 09-27
1	TIENDA TERCERA EDAD	RIO AGUARICO 3-14
1	TIENDA	YAHUARCOCHA CALLE PRINCIPAL FONDO CALLEJON DERECHA SUR
1	TIENDA	EL MILAGRO EL NARANJAL 3-20
1	TIENDA	RIO BLANCO Y LUIS MIDEROS
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES LUCHITO	S ANT C POMPEYO 4-67
1	K' SITODO	CDLA ROSITA PAREDES LA FLORIDA
1	TIENDA	OBISPO JESUS YEROVI S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	AV 17 DE JULIO 10-037
1	TIENDA	LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-50
2	TIENDA	EL MILAGRO LOS GUAYABOS 1-12
1	TIENDA VIVERES ROSITA	RIO AGUARICO 5-20
1	TIENDA LA ESPAÑOLITA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 3-90
1	TIENDA	CORINA PARRAL DE VELASCO
1	TIENDA	CHORLAVI A 100M PISCINA
1	TIENDA	AMBUQUI

1	TIENDA	ISLA SAN CRISTOBAL 2-004
1	TIENDA	GUAYAQUIL 7-33
1	TIENDA	ZULETA S/N FRENT.VENT.TRUCHAS
1	TIENDA VIVERES SAFARY	YAHUARCOCHA FINAL CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENT.CANCHA INDOR
2	TIENDA	QUITO 16-31
1	TIENDA	ABELARDO GUERRERO 1-127
1	TIENDA	C E GRIJALVA 20-23
1	TIENDA	EDUARDO ALMEIDA 2-109
1	TIENDA	TUNGURAHUA 07-79
1	TIENDA	CHORLAVI CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE 03-063
1	TIENDA	EL MILAGRO LOS MANZANOS 1-20
1	TIENDA	GUALLUPE 3-30
1	TIENDA	EL MILAGRO VIA A URCUQUI
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y CAÑAR JUNTO A LA COLINA
1	TIENDA	BARRIO BOLA VERDE VIA STA ROSA
1	TIENDA MINIMARKET ISABEL	LA MAGADALENA FRENTE ENTRADA RINCONADA
1	TIENDA	EL MILAGRO EL NARANJAL 3-30
1	TIENDA	ZULETA S/N FRENTE ESTADIO
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA	CUAMBO S/ N (CS)
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS
1	TIENDA	ROMERILLO ALTO
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 300M DER.COL.RUMIPAMBA
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 13-017
1	TIENDA	CHOTA S/N
1	TIENDA	RIOBAMBA 3-48
1	TIENDA	RIO QUININDE 06-036 Y RIO AMBI
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO
1	VIVERES	S ANT E RIVADENEIRA 5-018
1	TIENDA	ISLA SAN CRISTOBAL 2-100
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO FRENTE ESC.17 DE JULIO
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO S/N
1	TIENDA VIVERES RUTH	RIO QUININDE 10-093
1	TIENDA	EL TEJAR S/N A 100 MTS ALPARGATE
1	TIENDA	AMBUQUI
1	TIENDA	CUENCA 04-030
1	TIENDA VIVERES MICHAEL	PRINCESA PACCHA 05-047
1	TIENDA	TENA 05-78
1	VIVERES STEVEN	MALDONADO 14-033
1	TIENDA	TENA 01-06
1	TIENDA BRYAN	HONDURAS 03-48
1	TIENDA	ISLA SAN SALVADOR 4-006
1	TIENDA	YAHUARCOCHA 100M NORTE IZQ.PARADA BUS
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 02-126
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 4-013

1	TIENDA Y CABINAS DEYANEIRA	FRAY B DE LAS CASAS Y PI MZ4
1	TIENDA	LITA CACHACO
1	TERC EDAD TIENDA	URB LOS GIRASOLES VIA STA ROSA
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO SN
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 2-062
1	TIENDA	J I CANELOS 4-54
2	TIENDA	OVIEDO 11-12
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS A 200M PANAMERICANA DER.(CS)
1	TIENDA Y BILLAS	LA CAROLINA EL LIMONAL FRENTE ESC. SAN DANIEL COMBONI
1	MERCA TIENDA	CUENCA 06-055
1	TIENDA MINIMARKET	FRAY B DE LAS CASAS FRENTE PARQUE
1	TIENDA TERCERA EDAD	ISLA SAN SALVADOR 5-058
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	A MOSQUERA N 01-116
1	TERCERA EDAD TIENDA	A MOSQUERA N 02-157
1	TIENDA	LITA
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 29-019
1	TIENDA	LA PRIMAVERA MONS B ECHEVERRIA 2-46
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 29-025
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA CASA 33
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES JANETH	AV ATAHUALPA 29-027
1	TIENDA	JOSE MARIA CORDOVA 2-097
1	VIVERES JANCARLO	AV ATAHUALPA 29-035
1	VIVERES LUISITA	S ANT BELLAVISTA (CS)
1	TIENDA	CUENCA S/N
1	TIENDA	AV J ROLDOS 002
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE DIAGONAL PARQUE SOL
1	TIENDA	LA ESPERANZA LA CADENA SAN JUAN
1	VIVERES PILACUAN	AGUSTIN ROSALES Y 12 DE MAYO
1	TIENDA	RIO QUININDE 14-046
1	TIENDA	NICOLAS GOMEZ TOBAR GALO LARREA SN
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA S/N
1	TIENDA ANGELONI	AV ATAHUALPA 27-012
1	TERC.EDAD TIENDA	PRINCESA PACCHA 01-098
1	TIENDA VIVERES DOÑA MARIA	RIO VINCES 1-63
1	TIENDA	DANIEL REYES 02-123
1	TIENDA	J DE LA ROCA 4-042
1	TIENDA	ROCAFUERTE 08-051
1	TIENDA	DEL BUHO Y DEL JILGUERO
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT SUCRE 02-113
1	TIENDA	J ESPINOZA D M 09-063
1	TIENDA	AV C DE TROYA 09-172
1	VIVERES EL CALLEJON TIENDA	S ANT CALLE S/N Y L E CEVALLOS STA CLARA
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 33-015
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	EL TEJAR

1	TIENDA	AV JOSE TOBAR 09-01 Y PASAJE C
1	TIENDA	CALLE S/N DIAGONAL A TALLER DEL SR. FLORES CANSINO
1	LEOS	AV RIVADENEIRA Y ELIAS ALMEIDA
1	TIENDA VIVERES SARITA	RIO YAZUNI 1-226
1	MINI MARKET CRUZ VERDE	AV T GOMEZ 02-089
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES S/N
1	VIVERES ANDREA	AV F VACAS G S/N
1	TIENDA	TROYA 1-56
1	TEINDA	AV C DE TROYA 06-108
1	TIENDA SANTA TERESITA	DE LAS GOLONDRINAS S/N Y DEL MARABU
1	TERC. EDAD MINI TIENDA ESTERCITA	RIO CHAMBO 4-012
1	VIVERES DOÑA IMELDA	AV ATAHUALPA 35-036
1	TIENDA BELLAVISTA	AV ATAHUALPA 35-041
1	TIENDA VIVERES JOSELLYN	RIO CHIMBO 1-070
1	TIENDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 35-079
1	TIENDA	AV JOSE M VACA
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 35-194 L IZQ.
1	TIENDA	AV M ACOSTA 16-051
1	TIENDA	RIO CHIMBO 2-043
1	TIENDA VIVERES DANSHELY	AV ELOY ALFARO 4-034
1	TIENDA	GUAYAQUIL 7-33
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 17-108
1	TIENDA	PEDRO RODRIGUEZ 1-23
1	TIENDA	S ANT CALLE S/N STA CLARA (JC)
1	TIENDA	JUAN MONTALVO 07-083
1	SOL Y LUNA TIENDA	PASAJE A 1-54 Y RIO CHIMBO CONJUNTO EL RETORNO
1	TIENDA	AMBUQUI PANA NORTE
1	TIENDA	ARMANDO HIDROVO S/N
1	TIENDA	S ANT CDL J T LOS LAURELES 3-41
1	TIENDA VIVERES ENID	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	SUCRE 02-65
1	TIENDA	B GARCIA 02-070
1	TIENDA	J ATABALIPA 02-053
1	VIVERES PATY	CHICA NARVAEZ 03-090
1	TIENDA	S ANT CALLE SN MORAS (CS)
1	TIENDA ABARROTOS JARAMILLO	HUIRACOCCHA 200M IZQ PASAJE
1	TERC EDAD TIENDA	A MOSQUERA N 02-097
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 04-272
1	TIENDA VIVERES LAURITA	RIO QUININDE 16-071
1	TIENDA	RIO QUININDE 13-29 Y RIO CENEPA
1	TIENDA	10 DE AGOSTO Y 15 DE ENERO
1	TIENDA MARIASOL	AV E ESPEJO TERM TERR A 17
1	TIENDA	MACHALA 11-53
1	MINIMARKET S Y R	GRIJALVA 2-04
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 2-007
1	TIENDA	RIO QUININDE 06-027

1	TIENDA TERCERA EDAD	CHOTA S/N
1	TIENDA MARTITHA	24 DE DICIEMBRE SN
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 150M DER.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	CUENCA 07-047
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 50M DER. ANTES CONDOMINIOS ATAHUALPA
1	VIVERES PABLITO	J ESPINOZA D M 08-054
1	TIENDA	DEL CANARIO 02-71
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 60M DER.ANTES CONDOMINIOS ATAHUALPA
1	TIENDA	DEL CARDENAL
1	TIENDA	COMPAÑIA DE JESUS SN
1	VIVERES SU TIENDA	AV ATAHUALPA 35-125
1	VIVERES ROSITA	AV JOSE TOBAR 07-31
3	VIVERES GABRIELITA	J ATABALIPA Y J ESPINOZA D M
1	TIENDA VIVERES MARTHITA	RIO CHIMBO JARDINES DEL RETORNO C09
1	TIENDA	ZAMORA 06-95
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 2-009 Y HERMANO MIGUEL
1	TIENDA	EL TEJAR A 250M IZQ. ESTADIO PJM
1	TERC.EDAD TIENDA	RAFAEL SANCHEZ 08-078
1	TIENDA	ANTONIO ANTE Y GUARANDA
1	ABACERIA VIVERES ELSY	SUCRE 13-072
1	TIENDA Y VENTA EMPANADAS	O MOSQUERA 06-094
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 10-009
1	TIENDA	PIMAN S/N PRIORATO
1	TIENDA AL PASITO	5 DE JUNIO 3-14
1	VIVERES LA DOLOROSA	VENANCIO GOMEZJURADO 3-44
1	TIENDA	ANTONIO ANTE 01-116
1	TIENDA	BARRIO BOLA VERDE VIA STA ROSA
1	TERC EDAD SU DESPENSA TIENDA Y CABINA	RIO CHINCHIPE 1-111
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	OTTO TORRES 2-155
1	TIENDA	PIMAN S/N PRIORATO
1	VIVERES JSB	RIO CHAMBO 2-029
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 02-050
1	TIENDA	JACINTO EGAS 07-081
1	TIENDA MINIMARKET ANDREITA	AV AURELIO ESPINOZA P 4-039
1	MINI MARKETIN	VICTOR MIDEROS 2-35
1	TIENDA	GORRION 8-47
1	TIENDA	PIMAN 3-90 PRIORATO
1	TIENDA	ARTURO HIDALGO
1	VIVERES VICKY	EL TEJAR COOP CONS PROVINCIAL
1	TIENDA LA PROVIDENCIA	DEL HALCON 1-38
1	TIENDA	LA CAROLINA SAN PEDRO JUNTO IGLESIA
1	TIENDA	S ANT CDL J T LOS NOGALES 3-11

1	TIENDA	ZAMORA 06-14
1	TIENDA	URB PILANQUI P08 MZ5 2-43
2	TIENDA	LOS TULIPANES 2-09 Y LAS VIOLETAS LA FLORIDA
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 350M DER.ESCUELA
1	TIENDA	PLUTARCO LARREA 2-33
1	TIENDA TERCERA EDAD	GORRION 8-33
1	TIENDA	EL EMPALME Y GALAPAGOS
1	TIENDA ISSAMAR	J SALINAS 01-164
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	GALO LARREA S/N
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 44-187 100M DER.ANTES CONDOMINIOS BELLAVISTA
1	TIENDA VIVERES VILLALBA	TANGUARIN CALLE IMBABURA 300M IZQ.
1	TIENDA	ROCAFUERTE 08-007
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	VIVERES Y LICORERIA ALEXANDRA	AV J ROLDOS 09-042
1	TIENDA ZOILITA	MALDONADO 05-039
1	TIENDA MORE	ROCAFUERTE 10-095
2	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 5-51
1	TIENDA	PORTOVIEJO 05-03
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 7-38
1	VIVERES ROSITA	DEL PINZON 3-46
1	TIENDA SU ECONOMIA	DEL PINZON Y DEL TUCAN
1	TIENDA	AV C DE TROYA 02-010
1	TIENDA	PORTOVIEJO S/N Y PASAJE SAN JOSE
1	TIENDA	DEL CANARIO 02-37
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENTE ASOC.19 DE MARZO
1	TIENDA	MALDONADO 07-057
1	TIENDA VIVERES SANCHEZ	NAZACOTA PUENTO 10-055
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA 06-18
2	TIENDA	DEL TUCAN 12-132 Y DE LAS GOLONDRINAS CASA COMUNAL
1	TIENDA	PRINCESA PACCHA 02-037
1	TIENDA	EL MILAGRO VIA A URCUQUI
1	TIENDA	MALDONADO 10-008
1	TIENDA	DUCHICELA 1-038
2	TIENDA/VENTA POLLO	AV J ROLDOS 09-057
1	TIENDA	VICTOR GOMEZ JURADO 1-07
1	TIENDA LAS GOLOSINAS DE SANTI	AV C DE TROYA 02-112
1	TERC.EDAD TIENDA	RIO QUININDE 10-100
1	TIENDA ABASTOS GABYS	TANGUARIN 15 DE MAYO 5-194 SECTOR NORTE
1	TIENDA	J ATABALIPA 05-076
1	TERC.EDAD TIENDA	EL ALPARGATE 4-016
1	TIENDA VIVERES CECI	ISLA FERNANDINA 08-06
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 10-078
1	TIENDA TERCERA EDAD	A GOMEZ JAIME 1-008

1	TIENDA	TANGUARIN LA COMPANIA 200M DER.CAPILLA AMERICA E IMBABURA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-027
1	TIENDA	AV F VACAS G 05-091
1	TIENDA	LATACUNGA 02-57
1	TIENDA	DUCHICELA 2-193
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR A 200M RIELES IZQ.
1	VIVERES JOSUE	EL TEJAR (ROMERILLO ALTO) DIAGONAL IGLESIA
1	TIENDA MARIA ELENA	EL TEJAR SAN FRANCISCO FRENT.ESC.4 DE OCTUBRE
1	TIENDA	TOBIAS MENA 02-37
1	TIENDA	A CORDERO 02-046
1	TIENDA	BABAHOYO 7-81
1	TIENDA	PRINCESA PACCHA 03-018 C07
1	TIENDA VIVERES JUNIOR	TOBIAS MENA 11-37
1	TIENDA	IBARRA Y SEGUNDO L MORENO
1	TIENDA VIVERES DOÑA ELVITA	PRINCESA PACCHA 05-024
1	TIENDA	STA LUCIA S/N VIA SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA DESPENSA RICHARD'S	RIO QUININDE 13-046
1	TIENDA VIVERES PATY	S ANT CDL J T LOS CEDROS 1-26
1	VIVERES AMIGUITOS	LUCIO TARQUINO PAEZ 3-15
1	VIVERES NICOLE	PRINCESA PACCHA 05-214
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO 1-106
1	TIENDA	PRIORATO VIA ALOBURO
1	TIENDA	PRIORATO S/N
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 05-004
1	TIENDA	LAS VIOLETAS 1-70 LA FLORIDA
1	TIENDA	MALDONADO 11-033
1	TIENDA DIVIÑO NIÑO	J MARTINEZ DE ORBE 11-015
1	VENTA DE FRUTAS	YAHUARCOCHA ASOC.19 DE MARZO 18
1	TERC.EDAD TIENDA	MALDONADO 11-049
1	TERC EDAD TIENDA	PRINCESA PACCHA 05-233
1	TIENDA	AV C DE TROYA 08-187
1	TIENDA	AMBUQUI FRENT.HOSTERIA KIBUTZ
1	TIENDA Y VENTA DE COMIDA	AMBUQUI J MONTALVO
1	TIENDA	SALINAS BOLIVAR 3-28 ENTRE ROCAFUERTE Y ANGEL AGUIRRE
1	TIENDA SU MINIMERCADO	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA REINA DEL CISNE	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	SALINAS 25 DE JUNIO DIAGONAL POLLOS LA PRADERA
1	TIENDA	SALINAS 25 DE JUNIO FRENT.POLLOS LA PRADERA
1	TIENDA	SALINAS GONZALEZ SUAREZ 3-11 Y 7 DE JUNIO
1	TIENDA ALISON	MACHALA 04-40
1	TIENDA	GUAYAS Y 13 DE ABRIL
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 120M IZQ. C3 CALLE A LA COMPANIA
2	TIENDA	RIO GUAYLLABAMBA SN

1	TIENDA JB	GUARANDA 1-31
1	TIENDA	ISLA SANTA MARIA 4-83
3	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ28 3-10
1	TERC.EDAD TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO CARRERA E
1	TIENDA TERCERA EDAD	MEJIA 7-026
1	TIENDA VIVIANITA	SANCHEZ Y C 21-055
1	TERC.EDAD TIENDA	URB PILANQUI PE MZ29 3-68
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 1-173
2	TIENDA EL GOLOSO BRYAN	GARCIA MORENO 03-11
2	TIENDA	EDUARDO ALMEIDA 2-044
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 3-031
1	TIENDA	LA VICT P MONTUFAR 6-57
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 22-024
1	TIENDA	GUAYAQUIL 2-27
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA 05-07
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 01-126
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y LATACUNGA
1	TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 1-68
1	TIENDA	SAN PABLO Y JOSE MARIA VELASCO IBARRA
1	TIENDA MICRO BACHITA	EDUARDO ALMEIDA 2-095
1	TIENDA SU ECONOMIA	RIO CHINCHIPE 3-085
1	TIENDA	AV RETORNO DIAGONAL A LA UNEDI
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 08-052
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-007
1	TIENDA	RAMON ALARCON 3-209
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 05-040
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA	CARLOS ALMEIDA 1-51
1	TIENDA	EL ALPARGATE 2-117
1	TIENDA ROSITA	H GONZALEZ DE 08-073
1	VIVERES LIZBETH	S ANT BELLAVISTA BAJO (CS)
1	TIENDA	LA ESPERANZA PANIQUINRRA
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA FRENTE DER.COL.RUMIPAMBA
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO Y VELASCO SN
1	VIVERES JOSTHYN	MIGUEL ENDARA 2-18
1	VIVERES LUCI	AMBUQUI AV LEONARDO CEVALLOS
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA 5-031
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-010
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-030
1	TERC EDAD TIENDA Y LICORERIA	RIO LITA 1-22
1	TIENDA - BODEGA	J HERNANDEZ 2-277
1	TIENDA MI TIENDA	LAS LAJAS 2-216
1	TIENDA	SUCRE 26-045
2	TIENDA	MALDONADO 14-104
1	TIENDA/CABINAS	S ANT 27 NOVBR 05-012
1	TIENDA Y BAZAR	LA ESPERANZA DIAGONAL A TERRA ESPERANZA
1	TIENDA	MANABI 03-033

1	TIENDA	CHILE 3-24
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 5-036
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINC (CS)
1	VIVERES EL ZITIO	JUAN MONTALVO 09-179
1	TIENDA	YAHUARCOCHA
1	TIENDA	AV RETORNO 16-014
1	VIVERES TERESITA	RAFAEL LARREA 04-18
1	TERC.EDAD TIENDA DON BOSCO	MALDONADO 14-170
1	TIENDA	TUNGURAHUA 14-41
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 02-07
1	TIENDA	AV C DE TROYA 06-090
1	TIENDA	URUGUAY 2-62
1	TIENDA	S ANT LOT. G PAREJA POMPILLO MIDEROS Y URUGUAY FRENTE AL ESTADIO
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA SN
1	TIENDA EL RINCONCITO	ROCAFUERTE 29-100
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-105
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 09-008
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 03-30
1	TIENDA	AV F VACAS G S/N PARQUE INDUST
1	TIENDA	CHOTA S/N CALLE 1
1	TIENDA VIVERES MAILY	ISLA STA CRUZ 5-10
1	TIENDA SERVI - FE	S ANT 27 NOVBR 06-064
1	TIENDA	URUGUAY Y ATUNTAQUI
1	TIENDA	V FIERRO 2-071
1	TIENDA	ROBERTO POSSO 2-20
1	TIENDA	PRIORATO
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES IRENE	JOSE M LEORO 05-19
1	TIENDA MICROMERCADOS NUEVO HOGAR 2	MEJIA 4-030
1	VIVERES YOLITA	A CORDERO 03-046
1	TERC.EDAD.TIENDA	VELASCO 3-38
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO
1	TIENDA/ARTI.PAPELERIA	S ANT LOT.S AGUSTIN PERU Y VENEZUELA
2	TIENDA MAYBELLINE	ISLA STA ISABEL 03-057
1	TERC EDAD TIENDA	ISLA STA ISABEL 03-101
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 05-072
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL 1-101
1	TIENDA	SAN JOSE DE CHORLAVI
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 05-007
1	TIENDA/CABINAS	AV ATAHUALPA 20-048
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 09-010
2	TIENDA	LUCIO TARQUINO PAEZ 3-15
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO M ANGEL VENEGAS 3-020 Y
1	VIVERES VEVITA	PRINCESA PACCHA 10-029 FRENTE IGLESIA
1	TIENDA SU TIENDA	PRINCESA PACCHA Y H GONZALEZ 20M ANTES DEL PUENTE
1	TIENDA	AV CARCHI 1-429

1	TIENDA	JOSE M LEORO 08-24
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT 27 NOVBR 06-078
1	DISTRIBUIDORA GABY	PEDRO MONCAYO 09-030
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES SILVIA	AV T GOMEZ 01-076
2	TIENDA MINIMARKET DE TODO	AV HELEODORO AYALA 1-060
1	TIENDA	MARCO NICOLALDE Y MIGUEL ANGEL BUONAROTI
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 11-126
1	TIENDA	TANGUARIN 15 DE MAYO 5-33 SECTOR NORTE
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL 100M ESC. SAN DANIEL COMBONI
1	TIENDA SUSANITA	SANCHEZ Y C 04-99
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS
1	TIENDA MICROMERCADO PAOLY'S	RAFAEL SANCHEZ 05-074
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN
1	TIENDA VIVERES BLANQUITA	J ANDRADE 1-038
1	TIENDA ANYVI	RIO SANTIAGO 02-29
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 01-105
1	TIENDA	EJIDO CARANQUI EL NARANJAL 250M NORTE DER.1ª PUENTE
1	TIENDA VIVERES ANALY	AV RETORNO 28-098 Y RIO QUILAGO
1	MINI MARKET YAQUELINE	GUAYAS 15-37
1	TIENDA	CHORLAVI ANT CARRETERA
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 33-086 M DER.2 PUENTE
1	VIVERES Y LACTEOS GENESIS	RIO SANTIAGO 05-11
1	TIENDA	AMBUQUI EUGENIO ESPEJO Y CALLE S/N
1	TIENDA	LUCIANO SOLANO DE LA SALA
1	TIENDA VIVERES Y HELADOS	AV M ACOSTA 12-040
1	TIENDA	OVIEDO 11-65
1	TERC.EDAD. SU TIENDA TERESITA	AV T GOMEZ 04-072
1	TIENDA VIVERES	RIO SANTIAGO 05-32
1	TIENDA	O MOSQUERA 9-11
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA TERC EDAD	A MONCAYO 3-029
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 5-15
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN 2-2
1	TIENDA	MANUEL PASQUEL MONGE 4-063
1	TIENDA	BRASIL 1-83
1	TIENDA	MANUEL TERAN 19-73
2	TIENDA	AV ATAHUALPA 800M DER.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIÑAN 2-39
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 04-139
1	TIENDA	1 DE MAYO
1	VIVERES JUAN CARLOS	TANGUARIN 15 DE MAYO 4-037 Y REINALDO VENEGAS SECTOR NORTE
1	TIENDA	AV F VACAS G 07-031
1	TIENDA	JORGE E VILLACIS Y PABLO A VELA
1	MI DESPENSA	CALIXTO MIRANDA 5-13
1	TIENDA LA IBARREÑITA	OLMEDO 07-45

1	TIENDA CARLITA	PORTOVIEJO 05-79
1	TIENDA	13 DE ABRIL SN
1	TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO 16A
1	TIENDA	JUAN GENARO JARAMILLO 5-81 Y ALFONSO ALMEIDA
1	TIENDA	MANUELA ESPEJO
1	TIENDA DE LA CRUZ	JOSE M LEORO 13-46
1	TIENDA	PRIORATO CALLE SN
2	TIENDA	PRIORATO CRISTOCOCHA 1-195
1	TIENDA	AV F VACAS G Y CUBA
1	TIENDA	BELLAVISTA DE CARANQUI
1	TIENDA	TROYA 2-41
1	TIENDA CABINAS INTERT	SUCRE 06-70
1	TERC.EDAD TIENDA DOÑA VICKY	VELASCO 7-44
1	TIENDA	PRIORATO CUNRRO SN Y MOJANDA
1	TIENDA	CALLE 11 Y CARRERA E
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO 17 DE JULIO 2-008 Y 10 DE AGOSTO
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	VIVERES KEVIN ISRAEL/COMIDAS	MANUELITA SAENZ Y MARIA ESTHER LEON
1	TIENDA	J ANDRADE 2-100
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-027
1	TIENDA	AV AURELIO ESPINOZA P Y CALLE S/N
1	TIENDA	MANUELA CAÑIZAREZ S/N Y PC
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA
1	TIENDA	LUIS F BORJA 14-087
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA S N
1	MICRO CHARLY	AV RIVADENEIRA 1-78
1	TIENDA	JUAN L MERA 01-083
1	TIENDA	J ANDRADE 3-085
1	TIENDA	AV CARCHI 1-103
1	TIENDA	LA VICT J M LARREA 4-27
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-055
1	TIENDA VIVERES MAGREY	H GONZALEZ DE 26-168 EJIDO CARANQUI 50MTS ANTES 1° PUENTE
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y LATACUNGA
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES
1	TIENDA Y VENTA DE COMIDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 02-230
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA FRENTE BARRIO BATALLON YAGUACHI
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 4-29
1	TIENDA MINIMARKET EL TREBOL	DARIO E GRIJALVA 7-27
1	TIENDA	PUYO 06-67 Y ANTIGUA VIA URCUQUI
1	TIENDA MINIMARKET SAN LUIS	CAMINO DE LOS GALEANOS IZQ.Y LAS DALIAS
1	TIENDA SU DESPENSA	A CORDERO 08-066
1	TIENDA	RIO TAHUANDO 2-106 COND.EL RECREO PA C10
1	TIENDA	EL ORO 2-310
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES VIA GUAYLLABAMBA
1	TIENDA	AV F VACAS G Y SALVADOR DALI

1	TIENDA	RIO TAHUANDO 2-128 Y JOSE DOMINGO ALBUJA
1	TIENDA	LUIS F BORJA 10-105
1	TIENDA	YAHUARCOCHA S N
2	TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO 60M IZQ.PARQUE INFANTIL
1	TIENDA	AV PEÑAHERRERA 3-043
1	TIENDA	PRIORATO S/N
1	TIENDA	PURUHANTA
1	TIENDA	GUAYAQUIL 11-85 Y DEL PELIKANO
1	TERCER EDAD TIENDA VIVERES FABIOLITA	AV T GOMEZ 02-022
1	TIENDA	PRIORATO SAN MARCOS 1-60
1	TIENDA CHOCOBANANAS	H GONZALEZ DE 30-040 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	BORRERO 06-81
1	TIENDA	LA CAROLINA SAN GERONIMO CORAZON DE GUADUAL
1	TIENDA	S ANT LOT.S AGUSTIN VENEZUELA ENTRE POMPILLO MIDEROS Y COLOMBIA
1	TIENDA	LA VICT PJ MZ21 4-03 3 ETAPA
1	TIENDA	TANGUARIN LA COMPANIA 30M IZQ.1 PUENTE LA COMPANIA
1	TIENDA	PORTOVIEJO
1	TIENDA	COLON 7-061
1	TIENDA	PRIORATO UNA CUADRA BOMBA GASOLINA
1	TIENDA	NELSON DAVILA 3-55
1	TIENDA MICROMERCADO DON CHUCHO	PANA NORTE SAN ALFONSO AMBUQUI
1	TIENDA	AV T GOMEZ 02-026
1	TIENDA Y SALCHIPAPAS	RIO TAHUANDO 3-022
1	TIENDA LA PROVIDENCIA DE DIOS	DE LAS GAVIOTAS 2-84 Y ZUMBA
1	TIENDA	S ANT LAS ORQUIDEAS
1	TIENDA	ANTIGUA VIA URCUQUI
2	TIENDA	AV T GOMEZ 02-030
1	TIENDA	AV R MIRANDA 02-39
1	TIENDA CABAÑITA DE OBATALA	AMBUQUI SIMON BOLIVAR
1	TIENDA	IBARRA 32-99
1	TIENDA	JUAN DE DIOS NAVAS 2-33
1	TIENDA	MANUELA ESPEJO
1	TIENDA	PUGACHO ALTO LAS LAJAS
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 6-129
1	TIENDA	EL ALPARGATE 3-318
1	TIENDA	AV F VACAS G 09-028
1	TIENDA	PUGACHO ALTO S/N
1	TIENDA	ELIAS ALMEIDA 03-028
1	TIENDA MARCO	S ANT BELLAVISTA S/N (JC) PANA SUR
1	TIENDA	RIO PALORA 1-73
1	TIENDA	PURUHANTA SN
1	TIENDA SUPERMARKET EL OLIVO	AV 17 DE JULIO 03-150
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENTE A ESTADIO

1	TIENDA	ZULETA 200M ANTES ENTRADA HACIENDA ZULETA
1	TIENDA	PANA SUR
1	TIENDA VIVERES MARIA	S ANT 27 NOVBR 02-022
1	TIENDA	OLMEDO 03-24
1	TIENDA	RIO TAHUANDO SN
1	TIENDA	PANA NORTE Y PAS
1	TIENDA	AV F VACAS G Y JUAN MARTINEZ
1	VIVERES CHARITO	LOJA 02-423 TRAS COLEGIO YAHUARCOCHA
1	TIENDA E INTERNET I CABINA TELF	19 DE ENERO
1	TIENDA	CORINA PARRAL DE VELASCO
1	TIENDA	PUYO 08-103
1	TIENDA	MACHALA 03-13
1	TIENDA Y MECANICA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA	BARRIO BATALLON YAGUACHI CALLE 1
1	TIENDA	LUIS F BORJA 11-21
1	TIENDA	YAHUARCOCHA ASOC STA MARIANITA
1	TIENDA	SALINAS ESMERALDAS 04-31
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE LUCIANO ANDRADE 03-30
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE LUCIANO ANDRADE 03-05
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE JORGE CARRERA 01-79
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 08-42
1	TIENDA	JUNCAL
1	TIENDA MIS ANGELITOS	AV ATAHUALPA 35-016
1	TIENDA	OLMEDO 03-07
1	TIENDA	LUIS F BORJA 08-018
1	TIENDA VIVERES RUBY	MALDONADO 16-022 Y OBANDO LUNA
1	TIENDA	URB LOS GIRASOLES VIA STA ROSA
1	TIENDA ERAZO	TENA 2-90
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 4-006 LINEA FERREA
1	VIVERES MARY	JOAQUIN SANDOVAL MONGE 14-16
1	TIENDA	AV C DE TROYA 07-181
1	TIENDA	DE LAS GARZAS 1-128 Y DEL TUCAN
1	TIENDA	ZAMORA SN
1	TIENDA Y CABINAS TELEFONICAS	J N HIDALGO 7-25
1	TERC.EDAD.TIENDA	C MIRANDA 2-041
1	TIENDA	EL TEJAR
1	TIENDA	AV J GUZMAN RUEDA 8-35
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 01-057
1	TIENDA	J ATABALIPA 02-017
1	TIENDA	MACHALA 06-66
1	VIVERES YOLITA	S ANT LOT. G PAREJA POMPOLLO MIDEROS Y VENEZUELA
1	TIENDA	ZUMBA 6-25
1	TIENDA	PORTOVIEJO S/N
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA Y VIRGINIA PEREZ LARA
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO (CS)
1	TIENDA DOÑA TERE	GALO PLAZA 6-73
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 26-006 Y ULPiano BENITEZ

1	TIENDA DOÑA BERTHITA	BOLIVAR 12-044
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 5-018 Y LEONIDAS PROAÑO
1	TIENDA	S ANT LOS NOGALES POMPILLO MIDEROS Y CALLE S/N
1	TIENDA	PANA NORTE
1	TIENDA	DEL CONDOR 2-59
1	TIENDA VIVERES EL RECREO	AV RETORNO 14-009
1	TIENDA	TANGUARIN CALLE IMBABURA 3-063
1	VIVERES ANDREITA	PRIORATO VIA ALOBURO BARRIO
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES
1	TIENDA VIVERES ALEXANDER	LA PRIMAVERA R DESCARTES
1	TIENDA	SEGUNDO LUIS MORENO 5-82
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA 4-01
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA Y P S/N FRENTE COLEGIO
1	TIENDA	AV J ROLDOS 04-015
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO 300M HOSTERIA TIN DELGADO(CS)
1	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ19 2-36
1	TIENDA	MARIANA DE JESUS PAREDES Y CALLE S/N
1	MINI MARKET JY V	JOSE NICOLAS V 03-69 Y JUAN JOSE F
1	TIENDA	13 DE ABRIL SN
1	TIENDA	AV J ROLDOS 04-029
1	TIENDA	GRAL JOSE M CORDOVA Y P S/N 1-69
1	TIENDA VIVERES JAVIER	PRIORATO PURUHANTA 2-248
1	TIENDA	ARTURO HIDALGO 2-033 Y LATACUNGA
1	TIENDA	SANANTONIO LOS SLOES CALLE IMBAYA
1	TIENDA	AV J ROLDOS 10-041
1	TIENDA	AV JAIME ROLDOS 10-041
1	TIENDA	PRIORATO PIÑAN Y SAN PABLO
1	TINDA	J F CEVALLOS 2-71
1	VIVERES ROCIO	ISLA FERNANDINA 10-90
1	TIENDA	SUCRE 3-43 Y GRIJALVA
1	TIENDA	MIRADOR LITA
1	TIENDA	RAFAEL LARREA 07-08 CC PASEO MILANO
1	VIVERES FANNY	SANTA ISABEL 2-59
1	TIENDAS	PASAJE A PIMAN
1	VIVERES LAS PALMAS	JUAN MARTINEZ DE ORBE 8-29 Y COLOMBIA
1	ELABOR CHOCOLATE, RECICLAJE Y OTROS	AV M ACOSTA 14-27
1	TIENDA	MANTA 7-18 Y MACHALA
1	VIVERES ANGEL ANDRES	AV V M GUZMAN 04-28 Y 13 DE ABRIL
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 20-087
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	EL TEJAR
1265	TOTAL TIENDAS	

Anexo N° 2 Abastos de la ciudad de Ibarra

CIU 5211.02 CIU Descripción Abastos		
Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	ABACERIA Y SALON AIDITA	AV AURELIO ESPINOZA P 5-024
1	SU COMISARIATO	AV RETORNO 18-094
1	ABASTOS CASANOVA (BOD)	O MOSQUERA 10-019
1	ABACERIA Y PANADERIA	J F BONILLA 14-20
1	ABASTOS YEPEZ	J F CEVALLOS 1-43
1	ABASTOS	LA VICT H GUZMAN L 02-13
2	VENTA ALIMENTO EN GENERAL	S ANT BELLAVISTA
1	IMBAMARKET	AV ATAHUALPA 18-043
1	ABACERIA ACOSTA	OLMEDO 07-91
1	ABARROTOS MI TIO	AV E ESPEJO 04-070
1	TERC EDAD ABASTOS LARA	J ATABALIPA 01-059
1	DESPENSA ESTRELLA ABASTOS	SANCHEZ Y C 14-112
1	VENTA DE AZUCAR	FLORES 14-105
1	BODEGA DE AZUCAR	PEDRO MONCAYO 13-16
1	ABACERIA Y CABINAS SUPER PICHINCHA	JOSE M LEORO 11-28
1	MICROMERCADO	MALDONADO 04-088
1	ABASTOS JR	SANCHEZ Y C 12-103
1	STORE GALILEO ABASTOS	J F CEVALLOS 4-43
1	ABASTOS	AV J ROLDOS 11-027
1	VENTA DE HUEVOS Y ALIMENTOS EN GENWRAL	AV F VACAS G 02-020
1	VENTA DE PANELA	AV M ACOSTA 26-121 Y 26-125
1	BODEGA	J ESPINOZA D M 06-041
1	MICRO EL SURTIDO	AV M ACOSTA 27-050
1	ABARROTOS COMERCIAL AGUIRRE	RAFAEL SANCHEZ 01-008
2	ABASTOS MARY	AV E ESPEJO TERM TERR
1	ABASTOS SUPERPICHINCHA	AV ATAHUALPA 15-045
1	VIVERES MARIA MORALES	RAFAEL LARREA 10-08
1	SUPERMERCADO LA VICTORIA	LA VICT H GUZMAN L 10-37
1	ABACERIA	RAFAEL SANCHEZ 01-097
1	ABACERIA MINI MARKET	AV RIVADENEIRA 2-08
1	PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD POR MAYOR	AV A PEREZ G 08-112 P ALTA
1	ABASTOS	ZENON VILLACIS 2-32
1	VIVERES ADRIANITA	O MOSQUERA 09-007
1	ABASTOS XM	J ANDRADE 2-054
1	SANTA TERESITA TIENDA DE ABARROTOS	RAFAEL SANCHEZ 02-056
1	ABARROTOS FAMIARIATO SION	AV E ESPEJO CC FERRONORTE 23 24
1	TERC.EDAD ABACERIA	ZENON VILLACIS 3-05
1	VIVERES SU ECONOMIA	LA VICT MARQUEZ DE SAN JOSE 1-30
1	COMERCIAL SELVA ALEGRE COMSA	AV JOSE TOBAR 05-22 Y J G JARAMILLO

1	MINI MARKET ISRAEL	ABELARDO MORAN MUÑOZ 6-56
1	ABACERIA	AV C DE TROYA 10-020
3	DISALTOB	ANGEL MENESES 01-80
1	ABACERIA Y BODEGA ORDOÑEZ	B GARCIA 01-053
1	MINI MARKET	AV T GOMEZ 05-064
1	ABACERIA	J ATABALIPA 02-021 Y ZENON VILLACIS
1	ABASTOS ORDOÑEZ/BODEGA	B GARCIA 01-053
1	ABARROTOS COMERCIAL MARROQUIN	O MOSQUERA 10-003
1	SU CASA ABASTOS LICORERIA	AV ATAHUALPA 14-082
2	VIVERES	AV ATAHUALPA BELLAVISTA 100M DER.P S/N
1	ABASTOS MICROMERCADO LA REBAJA	ALEJANDRO PASQUEL MONGE CC FERRONORTE 06 07
1	MICRO MERCADO ATAHUALPA	AV ATAHUALPA 15-016
1	ABASTOS ROSITA	SANCHEZ Y C 14-081
1	DISTRIBUIDORA CASANOVA	SANCHEZ Y C 14-069
1	ABASTOS	RAFAEL SANCHEZ 01-052
1	MINI MARKET MASCARILLA	MASCARILLA ENTRADA PRINCIPAL
1	COMISARIATO LUCITA	AV V M GUZMAN 03-016
1	ABACERIA MICROMERCADO SU ECONOMIA	LA VICT MARQUEZ DE SAN JOSE 1-30
1	ABASTOS TITUAÑA	S ANT SUCRE 04-015 Y F TERAN
1	ABASTOS NATHALIA	J ATABALIPA 02-007
1	ABASTOS	J ATABALIPA 01-043
1	ABASTOS DON PATO	J F CEVALLOS 1-52
1	COMERCIAL BRIONES	A CORDERO 02-057
1	COMERCIAL SANTA MARIA ABASTOS	O MOSQUERA 12-015
1	COMERCIAL SAN MARTIN	J ANDRADE 1-012
1	ABASTOS	LA ESPERANZA CHIRIHUASI CAMINO 40M DER.PUENTE YAHUACHI
1	DISTRIBUCION PRODUCTOS DIVERSOS	JACINTO EGAS 01-072
1	VENTA DE AZUCAR	FLORES 14-105
1	ABASTOS KATHERYN	A CORDERO 01-050
1	ABASTOS DON PANCHITO	AV A PEREZ G 08-120
1	ABACERIA Y VENTA DE GAS	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TERC EDAD ABASTOS VIVERES LUCITA	A CORDERO 01-006
1	ABASTOS PINEDA	RAFAEL LARREA 11-44
1	ABASTOS	A CORDERO 01-021
1	ABARROTOS	AV E ESPEJO S/N (08) OBELISCO
2	ABARROTOS	ANIBAL GUZMAN 1-27
1	BODEGA DE ARROZ	SANCHEZ Y C 14-134
1	ABACERIA CINCO ESTRELLAS	A CORDERO 01-056
1	ABACERIA	A CORDERO 01-064
1	ABACERIA	A CORDERO 02-008
1	ABACERIA	URB PILANQUI PD MZ19 2-36
1	ABASTOS PEREZ Y BODEGA	SANCHEZ Y C 13-026
1	INACTIVO VENTA DE HARINA	MEJIA 8-021
1	MULTICARNES Y DELICATESEN	A CORDERO 02-080 Y RAFAEL LARREA

1	INACTIVO LA CASA DEL REGALO ABARROTÉS	O MOSQUERA 08-011
1	PITS ZONA DEL TANKEO MINIMARKET	AV ATAHUALPA 16-131
1	ABASTOS SU AHORRO	O MOSQUERA 08-011
1	ABARROTÉS COMERCIAL MARY	J ANDRADE 1-024
1	VENTA POR MENOR DE ABASTOS	GUAYAS 01-220
1	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DIVERSOS	RIO SANTIAGO 02-15
1	ABASTOS MI ABUELITA REGALONA	J ANDRADE 1-030
1	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	IBARRA COND PACARI 2 CASA 24
1	MINIMARKET RG	AV ATAHUALPA 14-076
1	VENTA DE ARROZ Y AZUCAR	AV E ESPEJO S/N (08) OBELISCO
1	AGROINDUSTRIAS DAJAHU S.A	A CORDERO 02-070
1	ABASTOS SAN FRANCISCO	RAMON ALARCON 3-079
1	ABARROTÉS	J ANDRADE 2-008
4	ABASTOS	J ANDRADE 2-008 Y RAFAEL LARREA
2	COMERCIAL LOZA HIDALGO	A CORDERO 02-026 Y ZENON VILLACIS
1	ABACERIA VIVERES ANITA	A CORDERO 03-063
1	ABACERIA MICRO ROSITA	H GONZALEZ DE 27-143 EJIDO CARANQUI
1	ABASTOS	PEDRO MONCAYO 13-016
1	ABASTOS	J ATABALIPA 01-011
1	PILANCENTER	J DE LA ROCA 7-002 Y C E GRIJALVA
1	DISTRIBUIDORA ZUMBA	JUAN HERNANDEZ 4-20 Y RAFAEL TROYA
1	ABASTOS	RAFAEL SANCHEZ 01-060
1	ABARROTÉS MI REY	O MOSQUERA 11-029
1	ABASTOS AMAZONAS	O MOSQUERA 12-025
1	COMERCIAL IBARRA	O MOSQUERA 08-025
1	DIMARCAS CIA LTDA	PEDRO RODRIGUEZ 1-23
1	ABARROTÉS	J ATABALIPA 01-073
1	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD	JUAN GENARO JARAMILLO 1-06
1	ABASTOS	CHICA NARVAEZ 08-015
1	ABASTOS ROSITA	O MOSQUERA 10-031
2	CORPORACION AZENDE	A MOSQUERA N 03-073
1	ABACERIA BODEGUITA DE ERIK	O MOSQUERA 13-019
1	ABASTOS Y DISTRIBUIDORA DE HUEVOS	O MOSQUERA 09-023
1	ABASTOS MULTICOMERCIO ROSERO ZAMBRANO	S ANT LOS SOLES
1	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD	ABELARDO MORAN 1-30
2	SUPERMERCADO UNIVERSAL	OVIEDO 09-26
119	TOTAL ABASTOS	

Anexo N° 3 Encuesta dirigida a los comerciantes de tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNOMICAS

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE TIENDAS Y ABASTOS EN LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: Conocer las condiciones de comercialización de bebidas envasadas, distribuidas en tiendas y abastos en la ciudad de Ibarra.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con un X la respuesta elegida de acuerdo a su criterio.

CUESTIONARIO

1. Señale el tipo su tipo de establecimiento comercial

Tienda () Abastos ()

2. ¿Cuál es el tipo de bebida que prefieren los consumidores?

Jugos () Gaseosas () Agua embotellada () Bebidas energizantes ()

3. ¿Con que frecuencia vende jugos envasados?

Diaria () Semanal () Mensual () Trimestral () Anual ()

4. ¿Cuál es la marca de jugos preferida por sus clientes?

Sunny () Deli () Natura () Del valle () Pulp () Tampico () Otros ()

5. ¿Cuál es el sabor de jugo más solicitado por los consumidores?

Naranja () Durazno () Mora () Manzana () Mango () Tropical Punch ()

6. ¿Qué tamaño de envase es el que usted más vende?

237ml () 250ml () 500ml () 1 litro ()

7. ¿Cuántos envases de jugos aproximadamente vende usted a diario?

6 envases () 7 envases () 8 envases () 9 envases () 10 envases () 11 envases () 12 envases () Más de 12 envases ()

8. ¿Cuántos jugos envasados compra usted semanalmente?

12 unidades___ 24 unidades___ 48 unidades___ 60 unidades___ 72 unidades___

9. ¿Ha observado un crecimiento en la venta de jugos envasados en los últimos años?

Si () No ()

10. Luego de haber degustado el jugo de amaranto con guayaba. ¿Cree usted que esta bebida tenga aceptación entre sus clientes?

Nada () Poco () Mucho ()

¡Gracias por su atención!

Anexo N° 4 Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNOMICAS

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: Conocer las expectativas de la población de la ciudad de Ibarra acerca de la comercialización de un jugo elaborado a base de amaranto y guayaba.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con un X la respuesta elegida de acuerdo a su criterio.

DATOS INFORMATIVOS:

Género: Femenino () Masculino ()

Edad: _____

CUESTIONARIO

1. ¿Ha consumido alguna vez un jugo hecho a base de amaranto y guayaba?

Si () No ()

2. ¿Con que frecuencia compraría una bebida elaborada a base de amaranto y guayaba?

Diaria () Semanal () Mensual () Semestral () Anual ()

3. ¿En qué presentación estaría dispuesto a adquirir este producto?

250ml () 500ml () 1 litro ()

4. ¿Cuántos envases de 500ml de jugo de amaranto con guayaba, estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

1 envase () 2 envases () 3 envases () 4 envases () 5 envases () 6 envases ()

Más de 6 envases ()

5. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un envase de 500ml del producto?

60 centavos () 75 centavos () 1 dólar () Más de 1 dólar ()

6. ¿En qué sitio le gustaría adquirir este jugo?

Tiendas y abastos () Micro mercados () Supermercados ()

7. ¿Qué medio prefiere usted para enterarse de las novedades acerca del producto?

Televisión () Radio () Prensa () Redes sociales ()

8. ¿Le gustaría que exista una microempresa encargada de producir y comercializar jugos a base de amaranto con guayaba?

Si () No ()

Gracias por su colaboración

Anexo N° 5 Equipo de computación



Proforma
No. : 301000501

Razón Social para Emisión de Retención: NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES
RUC. 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución No.466 / NO EFECTUAR RETENCION DEL IVA

Cliente: CONSUMIDOR FINAL Fecha: 2015/06/15
Dirección: SD Vendedor: KC CORDOVA GALARZA
Ciudad: IBARRA Teléfono: Validez de la Proforma: 15 días
Observación:

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio U.	Total
020122	Case Kit E-Laser Negro Gris WSC-6360	1.00	42.4898	42.4800
030101	Board Biostar H81MHV3 LGA 1150 4taG	1.00	51.9199	51.9100
040103	Procesador Intel Pentium G3240 3.1Ghz 3M 1150	1.00	65.7887	65.7800
050104	Disco duro 1 TB SATA Toshiba PC 7200RMP	1.00	76.0728	76.0700
060208	Dimm 4 Gb DDR3 PC-1600Mhz Kingston PC	1.00	35.9132	35.9100
070106	DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD-52X CD	1.00	19.3913	19.3900
560120	Lector Multi Card 3.5" Interno	1.00	4.5058	4.5000
1001124	Monitor 20" LED LG 20M35A-B 1600X900 98.31	1.00	121.0000	121.0000
130102	Regulador Forza 1200VA 600W 110V	1.00	13.0156	13.0100

$500 \times 2 = 1000$.

Impresora Sistema Continuo L210 Epson
Original, Impresión, Copia y Escanea
Blanco Negro y color

309 Incluido Ivo.

Subtotal	446.43
IVA. 12% :	53.57
Total	500.00

La Garantía y Confianza es lo mas importante.....

24 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 Y Rocafuerte

TELEF. 2640333 / 2640444/ 2608010 FAX: 2643036

Anexo N° 6 Vehículo

QRegistrate Ingr

También puede interesarte: [vehículos](#), [ford](#), [camioneta](#), [nissan](#)

[Volver al listado](#) | [Autos, Motos y Otros](#) > [Camionetas](#) > [Chevrolet](#) > [Dmax](#)

Publicación #409103951 [Denun](#)



Chchevrolet Dmax Diesel 4x2 2011

 Me gusta

U\$S 14.500

2011 | 133000 km
Guayas - Guayaquil

Anunciante: Geovanny

 Ver teléfono  24hr

Escribe tu consulta

[Consultar](#)  

Anexo N° 7 Resolución N° 043/11 del Directorio del Consejo Nacional de Electricidad**SESIÓN DE DIRECTORIO DE 24 DE JUNIO DE 2011****RESOLUCIÓN NO. 043/11****EL DIRECTORIO DEL CONSEJO NACIONAL DE ELECTRICIDAD,****CONELEC****CONSIDERANDO:**

- Que,** el artículo 2 del Mandato Constituyente No. 1 dispone que: "...las decisiones de la Asamblea Constituyente son jerárquicamente superiores a cualquier otra norma del orden jurídico y de obligatorio cumplimiento para todas las personas naturales, jurídicas y demás poderes públicos sin excepción alguna. Ninguna decisión de la Asamblea Constituyente será susceptible de control o impugnación por parte de alguno de los poderes constituidos";
- Que,** el Mandato Constituyente No. 15, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 393 de 31 de julio de 2008, en su artículo 1, señala que el Consejo Nacional de Electricidad, CONELEC, en un plazo máximo de treinta días, aprobará los nuevos pliegos tarifarios para establecer la tarifa única que deben aplicar las empresas eléctricas de distribución, para cada tipo de consumo de energía eléctrica, para lo cual queda facultado sin limitación alguna, a establecer los nuevos parámetros regulatorios específicos que se requieran, incluyendo el ajuste automático de los contratos de compra venta de energía vigentes;
- Que,** el artículo 14 de la Constitución de la República, preceptúa: "Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.";
- Que,** el artículo 226 de la Carta Magna determina que: "Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.";
- Que,** el artículo 278 de la Constitución de la República dispone que: "Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: "...2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.";

- Que,** el artículo 284 de la Carta Magna señala que: "La política económica tendrá los siguientes objetivos: "...9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.";
- Que,** el artículo 285 de la Constitución de la República dispone que: "La política fiscal tendrá como objetivos específicos: "...2.- La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados.";
- Que,** el artículo 313 de la Carta Magna, prescribe que: "El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.";
- Que,** el artículo 314 de la Constitución de la República establece que: "El Estado será responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los demás que determine la ley. El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación.";
- Que,** el artículo 413 de la Carta Magna señala que: "El Estado promoverá la eficiencia energética, el desarrollo y uso de prácticas y tecnologías ambientalmente limpias y sanas, así como de energías renovables, diversificadas, de bajo impacto y que no pongan en riesgo la soberanía alimentaria, el equilibrio ecológico de los ecosistemas ni el derecho al agua.";
- Que,** el literal d), del artículo 13, de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, faculta al CONELEC a aprobar los pliegos tarifarios para los servicios regulados de transmisión y los consumidores finales de distribución;
- Que,** el literal e), del artículo 15, del Reglamento General de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, faculta al CONELEC para aprobar los pliegos tarifarios para los servicios regulados de transmisión y los consumidores finales de distribución;
- Que,** de conformidad con el artículo 5A de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, corresponde al Presidente de la República, a través del Ministerio del Ramo, la formulación y coordinación de la política nacional del sector eléctrico;
- Que,** el Ministro de Electricidad y Energía Renovable, Presidente del Directorio del CONELEC, ha solicitado a la Dirección Ejecutiva efectuar el análisis técnico respecto de la modificación del límite a 700 kWh-mes, a partir del cual se implementará la señal tarifaria a los consumidores del sector residencial, para el período comprendido de diciembre a mayo, en las empresas distribuidoras de la región costa – insular – amazonía;

Que, el CONELEC, mediante Memorando No. M-DE-11-208 de 23 de junio de 2011, el Director Ejecutivo instruyó a la Dirección de Tarifas elabore el informe técnico respectivo, a fin de que en la próxima sesión de Directorio el mismo sea sometido a consideración;

Que, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 11 de la Regulación No. CONELEC - 006/08: APLICACIÓN DEL MANDATO CONSTITUYENTE No. 15, "El CONELEC determinará anualmente el pliego tarifario que entrará en vigencia a partir del 1 de enero del año siguiente de su emisión. **Este pliego podrá ser revisado tantas veces cuantas el CONELEC lo considere necesario**"; (Lo resaltado nos corresponde).

Que, el Directorio del CONELEC, mediante Resolución No. 013/11 de 17 de marzo de 2011, numerales 12 y 13, aprobó los cargos tarifarios para las empresas eléctricas de distribución, que forman parte del Pliego Tarifario, que se encuentran vigentes desde el 1 de enero de 2011;

Que, mediante Memorando No. M-DT-11-143 de 24 de junio de 2011, la Dirección de Tarifas del CONELEC, remitió a la Dirección Ejecutiva el Informe Técnico respecto del esquema tarifario con señales de eficiencia para el sector residencial;

Que, con Memorando No. D-PG-11-002 de 24 de junio de 2011, la Procuraduría del CONELEC emitió el Informe Jurídico correspondiente;

Que, en sesión de 24 de junio de 2011 los Miembros del Directorio conocieron el contenido del Informe de la Dirección de Tarifas, en la que la Dirección Ejecutiva recomendó su aprobación con base a los análisis pertinentes; y,

En ejercicio de sus atribuciones,

RESUELVE:

1. Acoger los Informes Técnico y Jurídico, presentados por la Administración.
2. Conservar la aplicación tarifaria vigente para los consumidores pertenecientes a la Categoría General del Pliego Tarifario, esto es, el comercio, la industria y la prestación de servicios públicos y privados.
3. Mantener los valores de los cargos tarifarios del sector residencial aprobados con Resolución No. 013/11 para los consumos de hasta los 500 kWh-mes en todas las empresas distribuidoras en el período de junio a noviembre; y, para los consumos de hasta los 500 kWh-mes en las empresas distribuidoras de la Región Sierra y de hasta los 700 kWh-mes en las empresas distribuidoras de la Región Costa/Oriente/Insular para el período diciembre a mayo, los mismos que se aplicarán en la facturación de todos los consumidores de la Categoría Residencial.

RANGO DE CONSUMO (KWH)	CARGOS TARIFARIOS (USD/MWH)					
	E.E. QUITO	PERIODO JUNIO - NOVIEMBRE (*)			PERIODO DICIEMBRE - MAYO	
		ELECTRICA DE QUAYAQUIL	SIERRA	COSTA	ELECTRICA DE QUAYAQUIL	COSTA
0 - 50	8.80	8.80	8.10	8.80	8.10	
61 - 100	7.10	7.10	8.30	7.10	8.30	
101 - 150	7.30	7.30	8.50	7.30	8.50	
161 - 200	8.00	8.00	8.70	8.00	8.70	
201 - 250	8.70	8.60	8.90	8.80	8.90	
261 - 300	8.80	8.30	8.10	8.30	8.10	
301 - 350	8.80	8.30	8.30	8.30	8.30	
361 - 600	8.80	8.30	8.50	8.30	8.50	
601 - 700				8.30	8.50	

(*) Aplica para las empresas distribuidoras de la Región Sierra en el período diciembre-mayo.

4. Aprobar la revisión de los cargos tarifarios vigentes, para la Categoría Residencial, a partir de los consumos de 501 kWh-mes y 701 kWh-mes, de acuerdo a lo señalado en el numeral anterior. El esquema es el siguiente:

RANGO DE CONSUMO (KWH)	CARGOS TARIFARIOS (USD/MWH)			
	E.E. QUITO	PERIODO JUNIO - NOVIEMBRE (*)		PERIODO DICIEMBRE - MAYO
		ELECTRICA DE QUAYAQUIL	SIERRA	COSTA
501 - 700		11.85		
701 - 1000		13.60		
1001 - 1500		18.09		
1501 - 2500		28.62		
2501 - 3500		42.80		
Sup > 3500		87.12		

(*) Aplica para las empresas distribuidoras de la Región Sierra en el período diciembre-mayo.

La aplicación de estos cargos tarifarios es complementaria a los valores establecidos en el numeral 3 de esta Resolución; por tanto, se aplicará al excedente de consumo superior a los 500 kWh-mes y 700 kWh-mes, por rangos de consumo, según corresponda.

- Incorporar los valores de los cargos tarifarios establecidos en el numeral 4 de esta Resolución en el pliego tarifario aprobado con Resolución No. 013/11, los mismos que se aplicarán por parte de las empresas distribuidoras en la facturación de los consumos de energía eléctrica del sector residencial, a partir del 1 de julio de 2011.
- Encargar al Director Ejecutivo del CONELEC establezca las directrices para la implementación y seguimiento de la revisión del Pliego Tarifario.
- Revocar la Resolución CONELEC No. 034/11 de 9 de junio de 2011, misma que queda sin efecto.

Anexo N° 10 Tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %

Anexo N° 11 Tabla del impuesto a renta 2016

Año 2016 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.170	0	0%
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%

Anexo N° 12 Tabla de amortización mensual

PERIODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO
0				32,888.24
1	\$782.41	\$371.31	411.10297	\$32,516.93
2	\$782.41	\$375.95	406.461647	\$32,140.98
3	\$782.41	\$380.65	401.762306	\$31,760.34
4	\$782.41	\$385.40	397.004224	\$31,374.93
5	\$782.41	\$390.22	392.186666	\$30,984.71
6	\$782.41	\$395.10	387.308888	\$30,589.61
7	\$782.41	\$400.04	382.370139	\$30,189.57
8	\$782.41	\$405.04	377.369654	\$29,784.53
9	\$782.41	\$410.10	372.306664	\$29,374.43
10	\$782.41	\$415.23	367.180387	\$28,959.20
11	\$782.41	\$420.42	361.990031	\$28,538.78
12	\$782.41	\$425.67	356.734795	\$28,113.11
13	\$782.41	\$431.00	351.413869	\$27,682.11
14	\$782.41	\$436.38	346.026431	\$27,245.73
15	\$782.41	\$441.84	340.571651	\$26,803.89
16	\$782.41	\$447.36	335.048686	\$26,356.53
17	\$782.41	\$452.95	329.456683	\$25,903.58
18	\$782.41	\$458.61	323.794781	\$25,444.97
19	\$782.41	\$464.35	318.062105	\$24,980.62
20	\$782.41	\$470.15	312.25777	\$24,510.47
21	\$782.41	\$476.03	306.380881	\$24,034.44
22	\$782.41	\$481.98	300.430531	\$23,552.46
23	\$782.41	\$488.00	294.405802	\$23,064.46
24	\$782.41	\$494.10	288.305764	\$22,570.36
25	\$782.41	\$500.28	282.129475	\$22,070.08
26	\$782.41	\$506.53	275.875982	\$21,563.55
27	\$782.41	\$512.86	269.544321	\$21,050.68
28	\$782.41	\$519.28	263.133514	\$20,531.41
29	\$782.41	\$525.77	256.642572	\$20,005.64
30	\$782.41	\$532.34	250.070493	\$19,473.30
31	\$782.41	\$538.99	243.416264	\$18,934.31
32	\$782.41	\$545.73	236.678856	\$18,388.58

PERIODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO
33	\$782.41	\$552.55	229.857231	\$17,836.03
34	\$782.41	\$559.46	222.950335	\$17,276.57
35	\$782.41	\$566.45	215.957104	\$16,710.12
36	\$782.41	\$573.53	208.876456	\$16,136.58
37	\$782.41	\$580.70	201.707301	\$15,555.88
38	\$782.41	\$587.96	194.448532	\$14,967.92
39	\$782.41	\$595.31	187.099027	\$14,372.61
40	\$782.41	\$602.75	179.657654	\$13,769.86
41	\$782.41	\$610.29	172.123264	\$13,159.58
42	\$782.41	\$617.91	164.494694	\$12,541.66
43	\$782.41	\$625.64	156.770767	\$11,916.02
44	\$782.41	\$633.46	148.95029	\$11,282.56
45	\$782.41	\$641.38	141.032058	\$10,641.19
46	\$782.41	\$649.39	133.014848	\$9,991.79
47	\$782.41	\$657.51	124.897422	\$9,334.28
48	\$782.41	\$665.73	116.678529	\$8,668.55
49	\$782.41	\$674.05	108.3569	\$7,994.50
50	\$782.41	\$682.48	99.9312503	\$7,312.02
51	\$782.41	\$691.01	91.40028	\$6,621.01
52	\$782.41	\$699.65	82.7626726	\$5,921.37
53	\$782.41	\$708.39	74.0170951	\$5,212.98
54	\$782.41	\$717.25	65.1621979	\$4,495.73
55	\$782.41	\$726.21	56.1966144	\$3,769.52
56	\$782.41	\$735.29	47.1189612	\$3,034.23
57	\$782.41	\$744.48	37.9278372	\$2,289.75
58	\$782.41	\$753.79	28.6218243	\$1,535.96
59	\$782.41	\$763.21	19.1994862	\$772.75
60	\$782.41	\$772.75	9.65936881	-\$0.00